M. POHORILLE

Fogyasztási modell a szocializmusban

KOSSUTH

MAKSYMILIAN POHORILLE

FOGYASZTÁSI MODELL A SZOCIALIZMUSBAN

MAKSYMILIAN POHORILLE

FOGYASZTÁSI MODELL A SZOCIALIZMUSBAN

KOSSUTH KÖNYVKIADÓ / 1974

A mű eredeti címe:

MODEL KONSUMPCJI W USTROJU SOCJALISTYCZNYM

PANSTWOWE WYDAWNICTWO EKONOMICZNE

VARSÓ 1971

Fordította:

SZABÓ ANDRÁS

A fordítást az eredetivel egybevetette:

KOVÁCS KATALIN

ISBN 963 09 0120 X

A FOGYASZTÁS ÉS A FOGYASZTÁSI STRUKTÚRA PROBLÉMÁJA A MARXISTA ÉS A POLGÁRI KÖZGAZDASÁGI ELMÉLETBEN

1. A FOGYASZTÁS. ALAPFOGALMAK

A fogyasztás az emberi szükségletek kielégítését szolgáló javak és szolgáltatások felhasználását (elhasználását) jelenti. Tágabb értelemben véve a fogyasztás mind a termelő-, mind a nem termelő fogyasztást magában foglalja.

Termelőfogyasztásnak a társadalom számára szükséges javak és szolgáltatások előállítása folyamán igénybe vett nyersanyagok, anyagok, gépek, fűtőanyagok, villamos energia stb. felhasználását nevezzük. A fogyasztásnak ez a fajtája tehát a termelési folyamatnak szerves alkotórésze. *A nem termelő fogyasztás* főként a társadalom tagjainak egyéni fogyasztásából tevődik össze, amely anyagi és szellemi szükségleteik (vagyis az élelmezés, öltözködés, lakás, gyógykezelés, oktatás, kultúra stb. terén jelentkező szükségletek) közvetlen kielégítésén alapul.* A nem termelő fogyasztáshoz soroljuk továbbá az anyagi termelés szféráján kívüli intézmények fenntartásához szükséges javak és szolgáltatások felhasználását. Például a hivatalok papírt, tüzelőanyagot stb. fogyasztanak, ami közvetlenül nem

* P. S. Msztyiszlavszkij szovjet közgazdász külön csoportonként említi a társadalmi szükségleteket. (Lásd *P. S. Msztyiszlavszkij:* Narodnoje potreblenyije pri szocializme. Moszkva 1969. 39. old.) — A társadalmi szükségletek fogalmának bevezetése azonban vitatható, mivel minden szükséglet társadalmi jellegű.

szolgál sem a javak előállítására, sem a személyi szükségletek kielégítésére.

A fogyasztás — sensu stricto — kizárólag a személyi fogyasztást foglalja magában, s további fejtegetéseinkben a fogyasztásnak csupán ezt a fajtáját vesszük figyelembe. Bennünket tehát nem a társadalom valamennyi különféle szükségletének (amelyek között a munkaeszközök és munkatárgyak termelése kétségtelenül döntő jelentőségű) kielégítése érdekel, hanem kizárólag az emberek *közvetlen* szükségleteinek kielégítése.

A pszichológia a *szükségletekre* a következő megfogalmazást adja: „... hiányállapota olyan valaminek, ami a szervezet felépítésével, az egyén tapasztalatával, valamint a társadalmi helyzetével kapcsolatban elkerülhetetlenül szükséges fennmaradásához, fejlődéséhez és ahhoz, hogy meghatározott társadalmi szerepet töltsön be és megtartsa helyét az adott társadalmi csoportban. A szükséglet olyan tényező, amely e helyzet megváltoztatására, vagyis a szükségletek kielégítésére irányuló funkciókat indít meg."*

A szükségletek tehát *fiziológiai* (éhség és szomjúság kielégítésének szükséglete, hideg elleni védekezés stb.) és egyéb, gyakran *magasabb rendűnek nevezett* szükségletekre oszlanak. Az emberi szükségletek társadalmi jellegűek, vagyis szoros kapcsolatban vannak a társadalom létfeltételeivel és az adott személynek a társadalomban betöltött szerepével. Ez bizonyos mértékig még a fiziológiai szükségletekre is vonatkozik (az emberek élet- és munkakörülményeiktől függően különböző módon elégítik ki éhségüket, szervezetük különböző mennyiséget igényel az alapvető élelmiszerekből).

A szükségletek kielégítéséhez javak és szolgáltatások állnak rendelkezésünkre. Ha az emberi szükségletekhez képest korlátlan mennyiségben található ún. *szabad javak* kisszámú csoportjától (pl. levegő) eltekintünk, akkor valamennyi egyéb jószág (ún. *gazdasági jószág)* az emberi munka terméke. A modern társadalom — a legkülönbözőbb egyéni szükségletek ki-

* Wielka encyklopedia powszechna. IX. köt. Varsó 1967. 333. old

elégítésére — a fogyasztási javak óriási mennyiségét állítja elő. E javakat — a szükségletek fajtája (élelem, ruházat, egészségvédelem stb.), kielégítésük módja (egyéni vagy közös), a javak jellege (anyagi és szellemi javak), valamint ezek felhasználási módja szerint — többféleképpen csoportosíthatjuk.

Általában elkülönülnek egymástól az egyszeri vagy rövid időn belül felhasznált javak, valamint a fogyasztási folyamatban többszörösen részt vevő, tartósan felhasznált javak. Ez utóbbiakat *tartós fogyasztási javaknak* nevezzük. E meghatározás azonban számos kételyt válthat ki. Például a cipők, ceruzák, tollak stb. nem számítanak a tartós fogyasztási javak közé, annak ellenére, hogy egyszeri fogyasztással nem használódnak el. A tartós fogyasztási javak elhatárolásához éppen ezért általában további, kiegészítő ismérvekre is szükség van: *a)* a javak által kielégítendő szükségletek fajtája (lakberendezés, háztartási gépesítés, közlekedési eszközök), *b)* a javak élettartama (a tartós fogyasztási javak általában egy évnél tovább tartanak), *c)* az egységár (a viszonylag olcsó cikkek, mint a már említett tollak, ceruzák stb. nem tartoznak ide). Tartós fogyasztási cikkekről beszélve tehát olyan tárgyakra gondolunk, mint a gépkocsi, a motorkerékpár, a kerékpár, a televízió, a bútor, a rádió, a hűtőszekrény, a mosógép, a porszívó, a magnetofon stb.

Az egyéni szükségletek kielégítésében fontos szerepet játszanak a *szolgáltatások*. Az anyagi javak termelése és a szolgáltatások nyújtása között az a különbség, hogy az utóbbi esetben „a hasznos hatást csak a termelési folyamat közben lehet elfogyasztani; ez a hatás nem a szóban forgó folyamattól különböző használati dolog . . .”*

O. Lange a szolgáltatásokat a következőképp definiálja: „Emberi szükségletek kielégítésével közvetlenül vagy közvetve (pl. termékek szétosztásával) összefüggő, de nem közvetlenül tárgyak előállítására szolgáló minden tevékenységet szolgáltatásnak nevezünk.”**

* *Marx*: A tőke II. köt. Budapest 1961. 53. old.

** *O. Lange*: Politikai gazdaságtan. I. köt. Közgazdasági és Jogi Könyvkiadó 1965. 22. old.

A közgazdasági irodalomban gyakran találkozunk a fogyasztás *egyéni és közösségi* fajtákra történő felosztásával. Mind ez ideig még nem sikerült egyértelműen pontos meghatározást adni a közösségi fogyasztásra. Egyes közgazdászok olyan kritériumok alapján sorolnak bizonyos szolgáltatásokat a közösségi fogyasztás szférájába, hogy e szolgáltatások „a piaci mechanizmus működési körén kívül esnek"*.

Mások a közösségi fogyasztást a társadalmi fogyasztás oszthatatlan részének nevezik, amelyet bizonyos értelemben az egész közösség igénybe vesz oly módon, hogy nem lehet meghatározni az e forrásból származó, az egyes állampolgárokra jutó egyéni előnyöket.**

Mindegyik meghatározásnál más a közösségi fogyasztás tartalma. M. Winiewski a honvédelmi, az államigazgatási (az általánosan és ingyenesen igénybe vett), kommunális, a közegészségügyi és járványügyi kiadásokat sorolja a közösségi fogyasztáshoz. Vitatottnak tekinti a tudományra fordított kiadásoknak a közösségi fogyasztáshoz sorolását. A közösségi fogyasztás első meghatározása szerint (amely azt hangsúlyozza, hogy e szolgáltatások a piaci mechanizmuson kívül esnek) a szolgáltatások sokkal szélesebb körét — mégpedig az oktatásügyet, a közegészségügyet —, valamint sok olyan egyéb területet is ide kell sorolni, ahol a szolgáltatás nem ingyenes, de nem működik a piaci mechanizmus (pl. lakás).

Mindkét ismertetett álláspontot leghelyesebb elfogadni. Véleményünk szerint a közösségi fogyasztás leghelyesebb meghatározása: adott közösség tagjai személyi szükségleteinek kielégítését szolgáló meghatározott berendezések és szolgáltatások együttes használata. A közösségi fogyasztás céljait szolgálja tehát: az egész oktatási rendszer, a közegészségügy, a kommunális berendezések, a bölcsődék, a klubok, a kultúrházak, a múzeumok, a parkok, a stadionok, a diákotthonok, az étkezdék stb.***

* Wielka encyklopedia powszechna. V. köt. Varsó 1965. 830. old.

** Lásd *M. Winiewski:* Fundusze spożycia społecznego a stopa zyciowa ludności. Varsó 1969. 147—148. old.

*** A fogalom pontos meghatározását még inkább megnehezíti az, hogy

Látható, hogy rendkívül széles, az emberi szükségletek kielégítésében döntő szerepet játszó szféráról van szó. Az e területen nyújtott szolgáltatások térítéses jellege nagyon lényeges ugyan, ezt azonban teljesen más összefüggésben kell vizsgálni (e problémára a III. fejezetben még visszatérünk). Döntő jelentőségű az a megállapítás, hogy a modern világban tendencia a fogyasztás „szocializálódása".*

Ez azt jelenti, hogy a számbelileg állandóan növekvő szükségletek kielégítése a közszolgáltatásoktól és berendezésektől függ. Egy nagyváros lakói pl., akiknek általában nincs kertjük, friss levegőt csak nyilvános parkban szívhatnak. A közlekedési kényelem a tömegközlekedési eszközöktől, az utak minőségétől, a parkolóhelyektől stb. függ. A festményeket nyilvános tárlatokon, kiállításokon lehet megtekinteni.

A közösségi fogyasztás ismertetett meghatározásának** — e fogalom korábbiakban említett definícióihoz képest — számos előnye van.

Először: e meghatározás egyértelmű felosztási kritériumot tartalmaz, s ez lehetővé teszi, hogy összehasonlítsuk a kollektív fogyasztás alakulását a szocialista és a tőkésországokban. Az autópályák igénybevételéért pl. számos tőkésországban fizetni kell. Változtat-e a térítés alkalmazása vagy megszüntetése

néhány szerző a közösségi fogyasztást azonosítja a statisztikai évkönyvekben „egyéb fogyasztás" (azaz „a lakosság anyagi fogyasztása a személyi jövedelmekből" rovatban nem szereplő fogyasztás) elnevezésű tétellel. Az „egyéb fogyasztás" a nem termelő szférába tartozó vállalatoknál felhasznált anyagok és anyagi jellegű szolgáltatások, valamint a lakosság részére ingyenesen juttatott és általa felhasznált anyagi javak fogyasztását foglalja magába.

* A modern kapitalizmusban a fogyasztás szocializálódási tendenciája és a közösségi fogyasztási szféra krónikus elhanyagolása (a profitmotívum hatására) közötti ellentmondással kapcsolatban rendkívül érdekes fejtegetést tartalmaz a Francia Kommunista Párt által 1966 májusában Choisy-le Roi-ban szervezett nemzetközi konferencián elhangzott referátum. (Lásd *S. Laurent:* Capitalisme monopoliste d'état et l'exploitation de la population laborieuse. I. rész. Economie et Politique, 1966. 143—144. sz. 86., 87. old.)

** Hasonlóan értelmezik ezt a kérdést egyes szovjet politikai gazdaságtan könyvek, valamint a nyugati marxista irodalom is.

se a fogyasztás jellegén? A térítési kritérium fogalma kétségtelenül a különféle fogalmak összezavarásához vezet.

Másodszor: a közösségi fogyasztásra adott meghatározásunk közgazdasági tartalma gazdagabb, mivel összhangban van a *személyi szükségletek kielégítési módja* terén jelentkező objektív tendenciákkal. Lehetővé teszi a szükségletek kollektív kielégítését szolgáló berendezések és szolgáltatások jelentőségének kihangsúlyozását (a francia közgazdasági irodalomban gyakran használják az „equipements collectifs" és a „services collectifs" fogalmát).

A társadalom életszínvonalának egyik alapvető mércéje a javak és a szolgáltatások fogyasztásának (egy lakosra jutó) volumene. Figyelembe kell azonban vennünk, hogy az *életszínvonal* fogalma tágabb, mint a fogyasztásé. Az életszínvonalat a *munka- és pihenési feltételek* (munkaidő, munkahigiénia és -védelem, szabad idő) is meghatározzák.

Több marxista közgazdász hangsúlyozza, hogy a gazdasági viszonyok a fogyasztás szféráját nem foglalják magukba, ugyanis e szférában a termék kilép a társadalmi mozgásból, itt egyéni kapcsolat alakul ki a fogyasztó és fogyasztásának tárgya között. Erre vonatkozóan Marx a következőket írta: „A termelés előállítja a szükségleteknek megfelelő tárgyakat; az elosztás szétosztja azokat a társadalmi törvények szerint; a csere az egyedi szükségletek szerint újra elosztja a már elosztottat; ... végül a termék kilép ebből a társadalmi mozgásból, közvetlen tárgya és szolgája lesz az egyedi szükségletnek és az élvezésben kielégíti azt."*

Tévedés volna azonban az említett idézet és Marx néhány egyéb kiragadott kijelentése** alapján olyan következtetést levonni, hogy a közgazdaságtannak nem kell foglalkoznia a fogyasztás problémáival. A gazdasági viszonyok valóban nem ölelik fel a fogyasztási szférát, ebből azonban még nem következik, hogy a közgazdászokat az e szférában végbemenő folya-

* *Marx—Engels* Művei. 46/I. köt. Budapest 1972. 16. old.

** Itt leggyakrabban Marxnak azt a megállapítását idézik, hogy a termékek használati értéke az áruismereti vizsgálatok tárgya.

matok egyáltalán nem érdeklik. Nehéz volna védeni pl. azt az álláspontot, hogy a termelési eszközök — annak ellenére, hogy nem tartoznak a társadalom gazdasági alapjához — fejlődésével a közgazdaságtannak nem kell foglalkoznia. Természetesen egészen más oldalról vizsgálja e problémákat a közgazdász, mint a mérnök.

Marxnak kétségtelenül igaza van, amikor azt állítja, hogy a javak használati értékével az áruismeret foglalkozik. Ez a tudomány vizsgálja a termékek mindazon vegyi, fizikai és egyéb tulajdonságait, amelyektől függ, hogy alkalmasak-e meghatározott emberi szükségletek kielégítésére. Mindez azonban nem akadályozza meg Marxot abban, hogy foglalkozzék a használati érték és az érték közötti ellentmondás, valamint a szükségletek, a társadalmi munkamegosztás és a mennyiségi értékviszonyok közötti kapcsolatok részletes elemzésével.* Senki nem tagadja pl. azt sem, hogy a termék minőségének közgazdasági problémáival is foglalkozni kell. Az a tény, hogy a fogyasztási szférába kerülő termékek kilépnek a társadalmi mozgásból és egyéni szükségletek kielégítésére szolgálnak, még nem zárja ki a fogyasztási szféra egyes folyamatainak függését az uralkodó gazdasági viszonyoktól, valamint a fogyasztás és a termelés közötti kölcsönhatásokat. A közgazdászok nem lehetnek közömbösek olyan problémák iránt, mint a gazdasági viszonyok hatása a szükségletek alakulására és kielégítésük módjára, vagy mint a társadalom, valamint az egyes osztályok fogyasztási színvonala, jellege és szerkezete.

Az egyes tudományágak kutatási körének túlságosan pontos elhatárolása a tudományágak határterületén álló számos, rendkívül lényeges és érdekes probléma elhanyagolását eredményezheti. A fogyasztási modell kérdései kétségtelenül az interdiszciplináris kutatásokat igénylő problémák közé tartoznak. Jelentőségük különösen napjainkban növekszik. Mielőtt megkísérelnénk bővebben indokolni ezen állítást, rövid áttekintést adunk Marx és a burzsoá közgazdaságtan fogyasztási elméletéről.

* Lásd *Marx:* A tőke. III. köt. Budapest 1967. 618—619. old.

Marx műveiben a társadalmi fogyasztás néhány igen lényeges vonatkozását vizsgálja. A termelés, a szükségletek és a fogyasztás közötti viszonyt és kölcsönös függést legáltalánosabb módon „A politikai gazdaságtan bírálatának alapvonalai" c. művében elemzi.

Hosszabb időszak alatt mindig a termelés formálja a fogyasztást. Ez a fejlődés általános törvényszerűsége. „A termelés — írja Marx — ennélfogva termeli a fogyasztást, 1. azáltal, hogy létrehozza számára az anyagot; 2. azáltal, hogy meghatározza a fogyasztás módját; 3. azáltal, hogy az általa először tárgyként tételezett termékeket előállítja mint szükségletet a fogyasztóban. Megtermeli ennélfogva a fogyasztás tárgyát, a fogyasztás módját, a fogyasztás törekvését."*

Ez azonban nem jelenti azt, hogy a fogyasztás a termelés passzív eredménye. A fogyasztás kettősen termeli a termelést: „... 1. azáltal, hogy a termék csak a fogyasztóban válik valóságos termékké. Például egy ruha csak a viselés aktusával válik valóban ruhává ... 2. azáltal, hogy a fogyasztás hozza létre az *új* termelés szükségletét, tehát a termelésnek azt az eszmei, belsőleg hajtó okát, mely annak előfeltétele. ... Ha világos, hogy a termelés szolgáltatja külsőlegesen a fogyasztás tárgyát, akkor ezért éppolyan világos, hogy a fogyasztás *tételezi eszmeileg* a termelés tárgyát, mint belsőleges képet, mint szükségletet, mint törekvést és mint célt. A termelés tárgyait még szubjektív formában hozza létre. Szükséglet nélkül nincs termelés. De a fogyasztás újratermeli a szükségletet."**

A termelés és a fogyasztás kapcsolata ennélfogva eléggé bonyolult. A termelőket a szükségletek serkentik bizonyos javak előállítására. A szükségletek, hajlamok és az ízlés — amelyek azonban már a múltban kialakultak (a termelés és a fogyasztás által) — pedig a termelésen belül végbemenő változások hatására módosulnak. A fogyasztás adott szerkezete a hagyo-

* *Marx—Engels* Művei. 46/I. köt. 19. old.
** Ugyanott, 18—19. old.

mányok és az új behatások, továbbá a múltban kifejlődött azon fogyasztói szokások eredményeképpen alakul ki, amelyek akadályozzák az új termékek, új szükségletek, valamint új kielégítési módjuk preferenciális rendszerét.

Marx említett megállapítását gyakran idézték a közgazdászok „a termelés primátusát" hirdető tézis alátámasztására. Ez az értelmezés csak úgy helyes, hogy a termelés — mint ahogy Marx hangsúlyozza — a fejlődés legdinamikusabb tényezője, amely a „fogyasztás tárgyát, módját és magát a törekvést" is egyaránt meghatározza. Hiba volna Marx szavaiból azt a következtetést levonni, hogy a termelés „fontosabb", mint a fogyasztás. A termelés és a fogyasztás szembeállítása helytelen, mivel a termelés teljesen értelmét veszti, ha végső fokon nem a társadalom fogyasztási szükségleteinek kielégítését szolgálja.

A termelés szerepének Marx által történő kihangsúlyozása ugyanakkor fontos módszertani és érdemi jelentőséggel bír.

Először: a társadalmi fejlődés materialista értelmezésének alapeleme a termelés és a fogyasztás kapcsolatának marxi megfogalmazása. A termelés és az anyagi javak előállítása során kialakuló, emberek közötti kapcsolatok határozzák meg a társadalmi kapcsolatok és viszonyok valamennyi formáját.

Másodszor: a marxizmus szembehelyezkedik a tőkés termelés jellegének apologetikus értelmezésére irányuló valamennyi olyan próbálkozással, amely azt a társadalmi szükségletek kielégítése céljából folytatott termelésként igyekszik bemutatni. A termelés általános megfogalmazásban — vagyis a fennálló társadalmi formától elvonatkoztatva — nem más, mint az ember és a természet közötti olyan anyagcsere-folyamat, amelynek során az ember a természet javait úgy alakítja át, hogy azok szükségletei kielégítését segítsék elő.

A termelés elemzése azonban nem állhat meg az absztrakció ilyen magas fokán és nem korlátozódhat ilyen általános kijelentésekre. A termelés és a fogyasztás között a közvetítő láncszem az elosztás és — számos formációban — a csere. A termelt javak elosztását megelőzi a termelési eszközök elosztása. A termelt javak elosztási módját és a termelés közvetlen cél-

ját egyaránt a termelési eszközök tulajdona határozza meg. Tőkés társadalmi rendszerben a termelés közvetlen célja a profit. A tőkések magángazdasági céljai gyakran összeütközésbe kerülnek a termelés általános céljával, vagyis a társadalmi szükségletek kielégítésével.* A társadalom szükségleteinek maximális kielégítése csak a szocialista társadalmi rendszerben válik a termelés közvetlen céljává.

Harmadszor: a „termelés primátusának" marxi tézise szemben áll azokkal a szocialista mozgalomban tapasztalható opportunista elméletekkel, amelyek szerint a bankok államosítása, a szövetkezetesítés, a jövedelemelosztás megváltoztatása stb. révén — vagyis a termelési eszközök társadalmi tulajdonba vétele nélkül — a kapitalizmust át lehet alakítani.

A fogyasztásnak a társadalmi tőke újratermelésében betöltött szerepe az a másik fontos szempont, amely szerint Marx a fogyasztást vizsgálja. Elemzésében Marx különbséget tesz a tőkésosztálynak és a munkásoknak a fogyasztása között. A tőkések az m egy részét személyes fogyasztásra fordítják, másik részét pedig felhalmozzák. A munkások a v-t munkaerejük felújítására használják fel. Ebből a szempontból fogyasztásuk egyúttal termelő jellegű (az elhasznált termelési eszközök felújítására fordított kiadásokkal hasonlítható össze). A v nagyságát a tőke újratermelésének a szükségletei korlátozzák. A munkások e szükségleteket meghaladó fogyasztását a tőkések nem termelő eszközkiadásnak tekintik. Marx azonban távol áll az egyszerűsítésektől, amelyeket a közgazdasági elmélet burzsoá történészei neki tulajdonítanak. A munkaerő értékét meghatározó tényezőket elemezve történelmi és erkölcsi momentumokat, valamint azt a szükségletet veszi figyelembe, hogy biztо-

* A magángazdasági célok és a termelés általános célja ütköznek össze a gazdasági válságok idején, amikor a profitok realizálási nehézségei miatt visszaesik a termelés és a fogyasztás. A társadalom szükségleteinek kielégítése szempontjából teljesen abszurd az a helyzet, amelyben a lakosság egy része termékfelesleg miatt munkanélküliséggel és ínséggel küzd. A kapitalizmus logikájának azonban mégis ez a helyzet a reális és a megfelelő.

sítani kell a feltételeket az új generáció megfelelően képzett munkásokká való neveléséhez.*

Ismeretes, hogy a marxi munkaerőérték-elmélet számos bírálója nem vette észre annak alapgondolatát. Ez pedig rendkívül egyszerű és világos. Az újratermelés nemcsak a termelés (egyszerű vagy bővített) folytatásához szükséges elhasznált anyagi elemeknek, hanem a termelési viszonyoknak is a megújítási folyamata. Vagyis ahhoz, hogy a tőkés termelést folytatni lehessen, nemcsak a gépeket, eszközöket, nyersanyagokat és a munkaerőt, hanem a tőkés—munkás viszonyt is meg kell újítani. A v abszolút nagyságának változásától függetlenül tehát a munkabér csak a bérmunkás létfenntartásának eszköze, és nem válhat olyan tényezővé, amellyel a proletariátus mint osztály önmagát megszünteti. Kétségtelen, hogy ez a felfogás sokkal hívebben tükrözi a valóságot, mint a keynesi elgondolások (amelyek szerint a társadalom a nemzeti jövedelemtől és a „megtakarítási hajlamtól" függően megtakarít), vagy mint azok a kifejezetten apologetikus elméletek, amelyek olyan naiv elképzeléseket hirdetnek, hogy a társaságok által kibocsátott részvények vásárlása révén az egész munkásosztály a termelési eszközök résztulajdonosává válik.** A munkások megtaka-

* „... Az úgynevezett elengedhetetlen szükségletek terjedelme — írja Marx —, valamint kielégítésük módja maga is történelmi termék, és ezért nagy részben függ az ország kulturális fokától, többek között lényegesen attól is, hogy milyen feltételek között, s ezért milyen szokásokkal és életigényekkel alakult ki a szabad munkások osztálya. Ellentétben tehát a többi áruval, a munkaerő értékmeghatározása egy történelmi és erkölcsi elemet is tartalmaz." (*Marx:* A tőke. I. köt. Budapest 1967. 163. old.)

** A „Federal Reserve Bulletin" szemléjében kimutatták, hogy az Egyesült Államokban 1957-ben a családok negyedrészének nem volt sem megtakarított pénze, sem államkötvénye, a családok több mint felének a megtakarítása nem haladta meg az 500 dollárt, tehát a havi átlagkeresetnél alig volt valamivel nagyobb. (Lásd *P. A. Samuelson:* Economics; An Introductory Analysis. New York 1958. IV. kiadás. 170—171. old.)

Több szerző hangsúlyozza, hogy a dolgozó tömegek megtakarítása jelentős mértékben kényszer jellegű. A családi költségvetések vizsgálata Franciaországban azt mutatja, hogy a megtakarításokra főként a külön-

rításaikat és a birtokukban levő részvények osztalékait ugyanis általában fogyasztási célokra fordítják, és semmit sem változtatnak a kapitalizmusban uralkodó termelési viszonyok jellegén.

Marx kimutatja, hogy a tőkésosztály fogyasztásának a jellegét is a gazdasági viszonyok határozzák meg. Iróniával ír a tőkéseknek az — arisztokrácia könnyelmű pazarlásával szembeni — „üzleti" fényűzéséről. Elégséges csupán a tőkés fogyasztására és megtakarítására vonatkozó nézetekben végbement változásokat nyomon követni ahhoz, hogy megértsük az egyes osztályok fogyasztási jellegének a gazdasági viszonyoktól való függését. Max Weber a kapitalizmust a gazdasági lelkület — reformációból eredő — átalakulása gyermekének tekintette. Szerinte azok az új viszonyok, amelyek aktív és vállalkozó szellemű, de egyidejűleg dolgos és takarékos embereket alakítottak ki, legkövetkezetesebb módon a puritanizmusban fejeződtek ki. Ez eredményezte a termelés és a kereskedelem fejlődését, valamint a pénzjövedelmek jelentős részének felhalmozását.* A kapitalizmus hajnalán még erénynek tekintett aszketizmus már nem maradt az a kifejlett kapitalizmus korszakában. J. M. Keynes számára a burzsoáziának ajánlandó gazdasági etika kiindulópontja már nem az angol puritanizmus. A bajok egyik fő oka nem a pazarlás, hanem a nem kielégítő fogyasztási hajlam. Ez akadályozza a gazdaság növekedését és ez idézhet elő benne veszélyes zavarokat.**

Összefoglalóan megállapíthatjuk, hogy a tőkés társadalmi rendszerben a nemzeti jövedelem termelését és elosztását szabályozó törvényeket vizsgálva Marx egyúttal rámutatott azokra a tényezőkre, amelyek meghatározzák:

— a tőkések és munkások globális keresletének nagyságát,

féle biztosítási szempontok (életbiztosítás, biztosítás munkaképtelenség, munkanélküliség esetére stb.), valamint a magas lakbérek ösztönöznek.

* Lásd M. Weber: Die protestantische Ethik und der „Geist" des Kapitalismus. *M. Weber:* Gesammelte Aufsätze zur Religionsoziologie. I. köt. Tübingen 1920.

** Lásd *J. M. Keynes:* A foglalkoztatás, a kamat és a pénz általános elmélete. Közgazdasági és Jogi Könyvkiadó 1965.

— a kereslet szerkezetét; az *m* egy része tőkejavak vásárlására szolgál, másik részét pedig, valamint a *v*-t fogyasztási cikkek vásárlására használják fel. Marx ezzel kapcsolatban nagy jelentőséget tulajdonít a burzsoázia és a dolgozó tömegek fogyasztási struktúrájában mutatkozó különbségeknek, vagyis a fényűzési cikkek és a (bérekből vásárolt) tömegfogyasztási cikkek közötti megkülönböztetésnek.

E megkülönböztetés jelentőségének megértéséhez elégséges nyomon követni Marxnak Westonnal folytatott vitáját az I. Internacionálé Főtanácsában. A vita tárgya a munkásosztály béremelési harcának sikere volt. Weston azt állította, hogy a munkabérszínvonal általános emelése a munkásosztálynak mit sem használ, mivel azt megfelelő áremelés követi. (Ezt a tézist — *nota bene* — ma is ismétlik.)

Marx okfejtését röviden a következőképpen lehet bemutatni.

A bérek általános emelkedése maga után vonná az alapvetően (elsődlegesen) szükséges fogyasztási cikkek keresletének, következésképpen ezek piaci árának emelkedését. A fényűzési cikkek ára azonban kezdetben nem változna, mivel a fogyasztási javak e csoportja iránti kereslet nem nőne. A fényűzési cikkeket gyártó ágakban tehát a tőkések nem tudnák pótolni az általános béremelés következtében profitrátájuk csökkenéséből származó veszteségeiket. További következmény a fényűzési cikkek árcsökkenési tendenciája (a tőkések profitrátájának csökkenése következtében csökkenne a fényűzési cikkeket gyártó ágazatok termékei iránti kereslet) és ezen iparágakban a profitráta további esése lenne. Következésképp különbség támadna a különböző iparágakba befektetett tőkék profitrátája között. A kevésbé jövedelmező ágakból a jövedelmezőbb ágakban meginduló tőke- és munkamozgás a szükséges használati cikkek árának csökkenéséhez és a fényűzési cikkek árának emelkedéséhez vezetne. Bizonyos áringadozási időszak után tehát reális változások mennének végbe a nemzeti jövedelem elosztásában: a bérszínvonal (nemcsak a nominál-, hanem a reálbér is) emelkedne, az átlagos haszonráta pedig csökkenne.*

A tőke II. kötetének vége felé Marx a megtakarítási ráta tőkések általi (évről évre való) növelésének következményeit vizsgálja és rámutat, hogy a fényűzési cikkek fogyasztásának csökkenése a válság veszélyét okozza. E probléma bővebb megvitatását az olvasó M. Dobb** munkájá-

* Lásd *Marx—Engels:* Válogatott Művek. I. köt. Kossuth Könyvkiadó 1963. 405. old.

** Lásd *M. Dobb:* Teoria ekonomii a socjalizm. Varsó 1959. 313. és köv. old.

ban találhatja meg. E helyen csupán arra a tézisre kívánunk emlékeztetni, hogy a fogyasztási javak két csoportra — 1. fényűzési cikkekre, 2. szükséges használati cikkekre való felosztása lényeges szerepet játszik a marxi elméletben.

A tárgyalt problémákkal kapcsolatban Marx vizsgálja a fogyasztásnak és a fogyasztói keresletnek az értékesítési válságokban játszott szerepét. E téma számos vitát váltott ki a marxista közgazdászok között. Egyesek szerint Marx azt a nézetet vallotta, hogy a válságok fő oka a tömegek „alulfogyasztása", mások viszont a tőkés termelés „aránytalanságaira" vonatkozó marxi megállapításokra fordítottak különös figyelmet. Itt most nem tudunk elmélyülni valamennyi vita és fejtegetés érdemi részében. A tőkés társadalmi rendszer fogyasztásának szerepére és jellegére vonatkozó marxi koncepciókról adott rövid és ennek megfelelően felületes áttekintésünkben Marx okfejtéséből csupán azon fő vonások bemutatására szorítkozhatunk, amelyek lehetővé teszik számunkra, hogy a termelés céljával és a fogyasztási mintájával kapcsolatos problémát megfelelően elhelyezzük a szocialista rendszerben. Úgy gondoljuk, hogy különösen a következő momentumokat kell hangsúlyozni.

A marxi válságelméletet nem lehet ún. „alulfogyasztási" elméletként értelmezni. Nem látszik helyesnek az „aránytalanság" és az „alulfogyasztás" — mint a válságok okait magyarázó két alternatíva — egymással való szembeállítása sem. P. M. Sweezy helyesen figyel fel arra, hogy az alulfogyasztás tulajdonképpen az aránytalanságnak az a különös esete, amikor nincs megfelelő összhang a fogyasztási cikkek iránti kereslet növekedése, illetve az e cikkeket előállító termelőkapacitások növekedése között.*

Ez az aránytalanság azonban nem a tőkés termelés tervszerűtlen, összhang nélküli fejlődéséből, hanem a kapitalizmus belső lényegéből fakad. Ez — Marx szerint — annak az eredménye, hogy „a tőke és annak önértékesítése úgy jelenik meg, mint a termelés kiindulási és végpontja, indítéka és célja;

* Lásd *P. M. Sweezy:* Teoria rozwoju kapitalizmus. Varsó 1960. 286. old.

hogy a termelés csak a tőke számára való termelés, nem pedig fordítva. (...) A tőkés termelés *igazi korlátja maga a tőke.* (...) Azok a korlátok tehát, amelyek között a tőkeértéknek a termelők tömeges kisajátításán és elszegényedésén alapuló fenntartása és értékesítése kizárólag mozoghat, folytonosan ellentmondásba kerülnek azokkal a termelési módszerekkel, amelyek (...) a munka társadalmi termelőerőinek feltétel nélküli kifejlesztésére irányulnak. ... Ezért a tőkés termelés már a termelés kiterjesztésének olyan fokán korlátokba ütközik, amely a másik esetben éppen fordítva, teljesen elégtelennek mutatkoznék. A termelést nem akkor hagyják abba, amikor a szükségletek kielégülése, hanem amikor a profit termelése és realizálása írja ezt elő."*

Az előbbi megállapítások azt igazolják, hogy Marx a tömegek alulfogyasztását és a termelés fejlődésében tapasztalható aránytalanságot egyaránt a termelés társadalmi jellege és a kisajátítás magántőkés módja közötti ellentmondás — a kapitalizmus alapvető ellentmondása — különleges megnyilvánulási formáinak tekintette.

Idézzük végül Marxnak azt a megállapítását, amely a tömegek fogyasztása és a válságok közötti kapcsolatra vonatkozó nézetét a legvilágosabban mutatja be. „Minden valóságos válság végső oka mindig a tömegek szegénysége és fogyasztásuk korlátoltsága, szemben a tőkés termelésnek azzal a törekvésével, hogy a termelőerőket úgy fejlessze, mintha azoknak csak a társadalom abszolút fogyasztóképessége szabna határt."** Marx tehát az alulfogyasztást nem tekinti a túltermelési válságok*** *közvetlen* okának (figyeljük csak meg a „végső oka"

* *Marx:* A tőke. III. köt. 257., 264. old.

** Ugyanott, 475—476. old.

*** Az „alulfogyasztás" a túltermelési válságok közvetlen okait nem magyarázza meg, mivel: *a)* a tömegek korlátozott fogyasztása a tőkés társadalmi rendszerben állandó jelenség, nehéz volna azt tehát az újratermelés folyamán jelentkező ciklikus zavarok közvetlen okának tekinteni; *b)* a konjunktúra általában a „prosperitás", vagyis általában azon időszak után törik meg, amelyben a fogyasztás szintje rendszerint magasabb, mint a ciklus egyéb fázisaiban. Úgy látszik, jelenleg a marxista

kifejezést, ami számos közvetítő láncszem jelenlétére utal — a szerző kiemelése), hanem a kapitalizmusnak a termelés bővítésére irányuló tendenciája és a tömegek fogyasztásának korlátozására való — e rendszerrel szorosan összefüggő — törekvés közötti ellentmondást hangsúlyozza.

Marx értékesítési elmélete logikus folytatása az áru belső ellentmondásai vizsgálatának, különösen pedig a tőkés társadalmi rendszerben saját *apogeumát* elérő árutermelés elemzésének. Marx többször is hangsúlyozta: sohasem szabad elfeledkezni arról, hogy tőkés termelés esetén nem közvetlenül a használati értékről, hanem a csereértékről, különösen pedig az értéktöbblet növeléséről van szó.*

Gyakran vetették Marx szemére, hogy nem mutat kellő érdeklődést az áruk használati értékének és a fogyasztói választásnak a problémája iránt, holott annak döntő jelentősége van az egyes áru- és szolgáltatáscsoportok kereslete szempontjából. Ez — úgy gondoljuk — félreértésen alapul. Marx valóban nem foglalkozik a fogyasztó ízlésével, hajlamaival, valamint azon pszichológiai indítékával, hogy pénzjövedelmének ezt és ne a másik részét fordítsa egyes javak megvásárlására. Ez azonban azt jelenti-e, hogy Marx látókörén kívül esik az ember és annak szükségletei, hogy egyáltalán nem veszi észre a termelésnek a társadalom állandóan változó fogyasztási szükségleteihez való alkalmazkodásának bonyolult problémáját? Ellenkezőleg, Marx ezt a problémát minden társadalmi rendszerben elsőrendűnek tartotta. E megállapítás helyességének igazolására idézhetjük a szocialista termeléssel kapcsolatos állásfoglalását: „ott, ahol a termelés valóban a társadalom tervszerű irányítása és ellenőrzése alatt áll, teremti meg a társadalom az összhangot a meghatározott cikkek termelésére fordított társadalmi munkaidő és az e cikkek által kielégítendő társadalmi szükséglet terjedelme között"**. A tőkés társadalmi rendszer-

irodalomban az az uralkodó nézet, hogy Marx az elégtelen fogyasztást a válságok problémájának csak mint egyik aspektusát tekintette. (Lásd *M. Dobb:* Political Economy and Capitalism. London 1937. 115. old.)

* Lásd *Marx:* Értéktöbblet-elméletek. II. rész. Budapest 1961.

** *Marx:* A tőke. III. köt. 199—200. old.

ben — mint ahogy *A tőké*-ben gyakran hangsúlyozza — antagonisztikus ellentmondás van a használati értékek termelésének természetes műszaki folyamata és a kapitalizmus — mint a csereértéket előállító és növelő történelmi rendszer — céljai között. Éppen ezért „... a társadalom össz-munkaerejéből egy cikk termelésére fordított megfelelő hányad (...) csak véletlen-megszabta összefüggésben áll azzal, hogy a társadalom milyen mértékben kívánja a meghatározott cikkel csillapítható szükségletét kielégíteni."*

A marxi elmélet a társadalmi osztályoknak a termelési folyamatban kialakult viszonyaira összpontosítja figyelmét, a termelés és az elosztás elméletét szerves egésszé kapcsolja össze. Ez — mint már rámutattunk — lehetővé teszi azon tényezők meghatározását, amelyek a tényleges keresletet, annak globális nagyságát és alkotóelemeit determinálják. „A »társadalmi szükségletet« — írja Marx — tehát azt, ami a kereslet alapelvét szabályozza, lényegében a különböző osztályok egymáshoz való viszonya s megfelelő gazdasági pozíciójuk határozza meg, főleg tehát, először, az összértéktöbblet és a munkabér aránya, másodszor pedig azoknak a különböző részeknek az aránya, amelyekre az értéktöbblet széthasad (profit, kamat, földjáradék, adók stb.); s így itt is újra megmutatkozik, menynyire nem lehet semmit sem megmagyarázni a kereslet és a kínálat viszonyából, ha nem fejtjük ki előbb azt az alapot, amelyen e viszony működik."**

Ilyen értelmezés szerint a keresletet nem annyira az határozza meg, hogy a javak az egyes személyek számára mennyire hasznosak, hanem sokkal inkább az, hogy a nagy társadalmi csoportoknak (osztályoknak, rétegeknek) mennyiben van objektív lehetőségük az adott szükségletek kielégítésére (e lehetőséget pedig a csoportoknak a társadalom gazdasági szerkezetében betöltött helye determinálja)***. Az egyéni preferenciá-

* Ugyanott, 199. old.

** Ugyanott, 194. old.

*** R. Guiheneuf helyesen mutat rá a fogyasztói döntéssel kapcsolatos — nyugati egyetemi tankönyvekben kifejtett — elmélet formalizmusára. Nem elég arra a kérdésre választ adni, hogy miként megy végbe,

kat — amelyek iránt a burzsoá közgazdaságtan oly nagy érdeklődést tanúsít — csak az őket *grosso modo* meghatározó össztársadalmi viszonyok hátterében érdemes vizsgálni. Az egyéni preferenciákra vonatkozó marxista nézet és a politikai gazdaságtannal foglalkozó szubjektív iskolák megfogalmazásai a többi között abban is eltérnek egymástól, hogy a marxizmus elveti az elvont, vagyis a történelmileg nem meghatározott és a társadalmi viszonyok konkrét rendszerétől elszakított emberi egyénre vonatkozó — a szubjektív iskolák által vallott — pszichológiai spekulációkat.*

Egyébként is helytelen volna egyenlőségjelet tenni a fogyasztó preferenciái és tényleges szükségletei közé. A fogyasztó — tényleges keresletében kifejeződő — preferenciái számos bonyolult tényezőtől, mindenekelőtt pedig azoktól a feltételektől függenek, amelyek mellett a fogyasztók választási döntésüket hozzák (tehát a jövedelmektől, az áraktól, a reklámtól).

Az árugazdaság szempontjából a szükségletek jellegének nincs semmiféle jelentősége. A termék áruvá válásának az a feltétele, hogy meghatározott szükségleteket elégítsen ki, vagyis a vásárló szempontjából használati értékkel rendelkezzen. Emellett teljesen közömbös, hogy miért van rá szükség. Lényeges vagy lényegtelen, racionális vagy irracionális, hasznos vagy káros szükségleteket elégíthet ki. Ezt valamennyi közgazdász elismeri függetlenül attól, hogy milyen irányzatot képvisel. Hiba lenne ugyanakkor Marxnak tulajdonítani azt a nézetet, amely szerint a társadalom fejlődése szempontjából a

hanem azt kell megmagyarázni, miért megy végbe a választás. A választás főként a lehetőségektől, azaz a jövedelmek nagyságától függ. P. M. Sweezy szintén rámutat, hogy mindaz, amit a keynesiánusok a kereslettel kapcsolatban mondanak, a fennálló termelési viszonyok által meghatározott jövedelmek nagyon is erős befolyása alatt áll. (Lásd *R. Guiheneuf:* Le Problème de la théorie marxiste de la valeur. Párizs 1952. 103—104. old.; *P. Sweezy:* Teoria rozwoju kapitalizmu. 87. old.)

* „Az emberi lényeg — írja Marx — nem valami az egyes egyénben benne lakozó elvontság. Az emberi lényeg a maga valóságában a társadalmi viszonyok összessége." (*Marx—Engels:* Válogatott Művek. II. köt. Kossuth Könyvkiadó 1963. 366. old.)

szükségletek fejlődésének és kielégítésüknek nincs jelentősége, és e kérdés közömbös a politikai gazdaságtan mint tudomány számára. *Marx csak arra mutat rá — ami a tőkés árutermelés általános törvénye és ami e társadalom embertelen jellegét bizonyítja —, hogy a profit utáni folytonos hajszában az emberi célok elvesznek.*

Egészen természetes tehát, hogy mindezen dolgokra egészen más szemszögből kell tekinteni a szocialista társadalmi rendszerben. A szükségletek, a fogyasztási szerkezet és a használati érték problémája egészen más rangot és jelentőséget nyer akkor, amikor a termelés célja a társadalom szükségleteinek maximális kielégítése, nem pedig a profit maximálása.

3. A FOGYASZTÁS PROBLÉMÁJA A POLGÁRI KÖZGAZDASÁGTANBAN

A marxizmusra a polgári közgazdaságtan a szubjektivista irányzat létrehozásával reagált, amely megteremtőjének K. M. Mengert és W. S. Jevonst tekintik.* Ez az irányzat az emberek közötti gazdasági viszonyok elemzését az emberek és a tárgyak közötti viszonyok vizsgálatával helyettesítette. Ebben a fejtegetések fő tárgya az emberek cselekvése, akik a szükségleteik kielégítésére korlátozottan rendelkezésre álló eszközök között kénytelenek oly módon választani, hogy maximális „megelégedettséget" (élvezetet, jólétet) szerezzenek maguknak.** L. Ch. Robbins a politikai gazdaságtan tárgyát a következő módon definiálja: „A közgazdaságtan az a tudomány, amely az emberi cselekvést mint a célok és a különféleképpen felhasználható,

* *K. Menger:* Grundsätze der Volkswirtschaftslehre. (1871.); *W. S Jevons:* The Theory of Political Economy. (1871.)

** O. Lange helyesen mutat rá arra, hogy a szubjektív irányzat a politikai gazdaságtan *de facto* felszámolását jelenti, és megpróbálja azt az emberek bizonyos cselekvési módjával foglalkozó formális tudománnyal helyettesíteni, amely egyszerűen a praxeológia ága. (Lásd *O. Lange:* Politikai gazdaságtan I. köt. 6. fejezet.)

korlátozott mennyiségben rendelkezésre álló eszközök közötti viszonyt vizsgálja".*

Egészen természetes, hogy a politikai gazdaságtan tárgyának ilyen megfogalmazása esetén e tudomány egyik fő pillére a fogyasztói cselekvés elmélete lett. E tárgykörben a következő főbb tételek ismeretesek:

1. Az egyes szükségletek érzékelésének intenzitása a szükséglet kielégítésének mértékében csökken.

2. Bizonyos jószágkészlet utolsó egységének hasznossága adott személy számára annál kisebb, minél több van belőle, mivel e jószágkészlet minden soron következő egysége egyre kevésbé intenzív szükségleteket elégít ki.

3. A fogyasztó akkor maximálja élvezetét, ha az egyes javak vásárlására kiadott utolsó pénzegységeiért egyenlő határhasznot adó javakat kap cserébe.

Figyeljünk itt fel három fontos momentumra:

Először: valamennyi további következtetés abból az alapfeltételből indul ki, hogy minden gazdálkodó egyén (függetlenül attól, hogy vállalkozó-e avagy fogyasztó): *a)* ésszerűen, *b)* érdekeinek megfelelően cselekszik, *c)* élvezeteinek maximálására törekszik. Itt tehát az embernek egy nagyon specifikus koncepciójával állunk szemben. Ez az ember *homo oeconomicus* és egyúttal olyan egyén, aki kizárólag hedonisztikus alapon (az élvezetekre való törekvés alapján) cselekszik. Az osztályhelyzet, a társadalmi viszonyok, az emberek egymásra való kölcsönhatása, az eddigi egész történelem és mindaz, ami annak a terméke, legkevésbé sem zavarja az egyénnek ezt a tiszta absztrakcióját.

Másodszor: nem kevésbé sajátos az a társadalom, amelyben ez a bizonyos fiktív *homo oeconomicus* él. Ez a társadalom a hasznosságot maximáló egyének közössége. A társadalom ilyen atomizált koncepciójára támaszkodik az egész marginalista (határérték-) filozófia.

Harmadszor: a fogyasztói cselekvés elmélete az ún. „fo-

* *L. Ch. Robbins:* An Essay on the Nature and Significance of Economic Science. London 1935. II. kiadás. 16. old.

gyasztói egyensúly", vagyis olyan állapot fenntartására szolgál, amelyet a fogyasztó — *ceteris paribus* — nem kíván megváltoztatni. A „fogyasztói egyensúly" a „vállalati egyensúlyhoz" viszonyítva szimmetrikus konstrukció, ebből következően pedig az „általános gazdasági egyensúly" eleme. A vállalkozó a nyereséget, a fogyasztó pedig a hasznosságot maximálja, s a kép végeredményben nemcsak szimmetrikus, hanem optimista módon teljesen harmonikus is.

A határhaszon-elméletet kemény bírálatok, támadások érték, s ez nemcsak a marxisták részéről történt. Ez az elmélet túlzottan szembetűnő egyszerűsítéseket és hibákat tartalmaz ahhoz, hogy eredményesen szolgálhatta volna a kapitalizmus apológiáját; s ellentmondott azoknak az új követelményeknek is, amelyek elé a valóság a polgári közgazdászokat állította.

A polgári közgazdászoknak a határhaszon-elmélettel kapcsolatos kritikája egyaránt vonatkozott a hasznosság kategóriájára, valamint a fogyasztói magatartást állítólag meghatározó hedonisztikus koncepcióra és pszichológiai mechanizmusra.

Rámutattak arra, hogy egyes szükségletek hasznossága nem mérhető, jellegük komplementer, és ennek következtében bizonyos esetekben adott jószágkészlet minden következő egységgel való növelése esetén az élvezet nem csökken, hanem épp fordítva, nő (pl. az érmegyűjtő növekvő örömet érez minden újabb érme megszerzésekor, amely gyűjteményét kiegészíti). Arra is felhívták a figyelmet, hogy az adott jószág által kiváltott öröm nemcsak e jószág bőségétől, hanem az egyén birtokában levő más javak mennyiségétől is függ.

Számos szerző helyesen hangsúlyozta, hogy a politikai gazdaságtan valamennyi irányzata közül legkevésbé az ún. pszichológiai iskola szolgált rá erre az elnevezésre. A hedonisztikus koncepció szerint az ember az élvezetekkel és áldozatokkal szüntelenül kalkuláló gép, bizonyosfajta — vágyakból megformált — homogén lény, amely az őt egyik helyről a másikra mozgató, de egyáltalán nem deformáló ösztönzők hatására mozog. Nincsen se múltja, se jövője. Ez egy izolált, változatlan és állandó egyensúlyban levő ember, kivéve azokat a helyzeteket, amikor bizonyos aktív erők ellenhatása egyik vagy másik

irányba mozgatja.* A *homo oeconomicus* és a hedonisztikus pszichológiai koncepció egyik legszigorúbb bírálója Th. B. Veblen volt.** Követelte, hogy az emberi cselekvést absztrakt és önkényes feltevésekre alapozó álpszichológiát megfigyelésekre és tapasztalatokra támaszkodó ún. „reálpszichológiával" váltsák fel; továbbá azt, hogy a gazdasági vizsgálódások során (különösen az ösztönzőkkel kapcsolatosakban) figyelembe kell venni azt is, hogy az intézmények és fejlődésük milyen hatást gyakorol a társadalmi mentalitásra.

Számos közgazdász kétségbe vonta azt a feltevést, hogy a fogyasztó racionális módon viselkedik. A fogyasztónak a hasznosság maximálására irányuló törekvését valló elmélet olyan próbálkozás, amely megkísérli a háztartásvezetést racionális tevékenységként értelmezni, amelynek célja — a tőkés vállalat tevékenységéhez hasonlóan — a gazdaságosság elvének megvalósítása, vagyis a rendelkezésre álló eszközök segítségével a lehető legnagyobb hatás elérése. E tézis ellen épp a gyakorlati tapasztalatok szolgáltatnak számos bizonyítékot. W. C. Mitchell ezzel kapcsolatban a következőket írta: „A fogyasztói kereslet megértése szempontjából fontos pszichológiai kategóriák: a szokás, az utánzási hajlam és a szuggesztió, nem pedig a megfontoláson alapuló választás... Az egyik okot, amely miatt a pénzkiadás művészete a pénzkeresés művészetéhez képest tökéletlen művészet, az előzőekben említettük: a család továbbra is döntő szervezeti egység, amikor a pénzkiadásról van szó, ezzel szemben a pénzkeresés terén a családot egy magasabb szervezettségű egység váltotta fel. A háziasszonyt, aki az egész világon a vásárlások jelentős részét végzi, nem rátermettsége alapján választják ki, miként a vállalat vezetőjét, alkalmatlansága miatt nem bocsátják el, nem terjesztheti ki tevékenységének körét abban az esetben, ha rátermett háziasszonynak bizonyul... Elsősorban pedig egész tervezését nem

* Lásd *P. T. Homan:* Contemporary Economic Thought. New York—London 1928. 92. old.

** *Th. B. Veblen:* The Place of Science in Modern Civilisation and other Essays. New York 1919.

rendszerezheti a könyvelés alapján, miként azt a vállalkozó teszi, mert a dollár ugyan sikeresen tölti be a mértékegység funkcióját a nyereségek és a költségek kiszámításakor, de nem felel meg a család jólétét kifejező mértékegységként.*

Egyes közgazdászok úgy vélik, hogy a háztartásban végzett tevékenységet hagyományokon és szokásokon alapuló tevékenységnek lehet minősíteni.** Mások viszont annak irracionális jellegére fordítanak különös figyelmet. A vevők cselekvése — meggyőződésük szerint — nem tudatos választási aktusoknak, hanem ösztönzőkre vagy meghatározott helyzetekre való (gyakran gépies és ösztönös) reakcióknak az eredménye. A fogyasztási javak fogyasztója és vásárlójaként fellépő egyén cselekvésének ilyen értelmezésében világosan kifejeződik a behaviourizmus hatása.***

A bírálatok hatására a polgári közgazdaságtan szubjektív irányzatának képviselői kénytelenek voltak több megállapításukat átformálni. Itt ennek az irányzatnak különösen arról a válfajáról van szó, amelyik a közgazdaságtant a praxeológia ágává igyekszik átalakítani. Ez a hasznosság kategóriáját a preferenciák fogalmával váltotta fel.[0] V. Pareto — válaszolva ar-

* O. *Lange:* Politikai gazdaságtan. I. köt. 267. old.

** Ezt a véleményt, úgy látszik, O. Lange is osztja. (Lásd ugyanott.)

*** A behaviourizmus elnevezés az angol behaviour (magatartás, viselkedés) szóból származik. A behaviourizmus „...XX. századbeli pszichológiai irányzat, amely azt hirdette, hogy a lélektani kutatások tárgya csak az ember és az állat megfigyelhető magatartása lehet, nem pedig a tudati jelenségek, amelyek a külső szemlélő számára hozzáférhetetlenek. Az introspekciót és az idegen élmények, illetve cselekedetek ilyen alapon történő értelmezési módszerét teljesen elveti..." (Wielka encyklopedia powszechna. I. köt. Varsó 1962. 669. old.)

[0] Egyéni preferenciák általában olyan szubjektív értékítéleteket jelentenek, amelyek az egyént — adott, egyenértékű alternatívák közötti választásában — irányítják. Például, ha a fogyasztó a rendelkezésére álló 100 złotyért vesz egy nyakkendőt, akkor ily módon fejezi ki preferenciáját, vagyis bizonyítja, hogy a nyakkendőre inkább szüksége van, mint a többi, ugyanezért az összegért megvehető árura. Ez a választás nem bizonyítja azt, hogy a nyakkendőt többre becsüli, mint pl. a kabátot, mivel ez nem egyenértékű alternatíva (ezeknek az áruknak

ra a bírálatra, hogy az egyén megelégedettsége nemcsak az adott jószág, hanem az egyén birtokában levő más javak mennyiségének is a függvénye — bevezette az ún. közömbösségi görbéket. Ezek az egyes javak olyan különféle kombinációit mutatják, amelyek vásárlóik számára azonos élvezetet nyújtanak. Azt is elismerte, hogy a pszichológiai megfontolások sikeresen elkerülhetők és a „racionális választás logikájával" helyettesíthetők, ami a preferenciák maximálásához vezet. Még a fogyasztó (vevő) racionális magatartása elleni kifogások sem veszélyeztették túlságosan ezt a koncepciót. Mindig elkülöníthetjük ugyanis magunkat az értékmegállapítási kísérletektől — arra hivatkozva, hogy azok túllépik a tudomány határait — és azt mondhatjuk, hogy amikor a vevő választ, mindig meghatározott preferenciákat juttat kifejezésre. Annak megmagyarázása pedig, hogy milyen tényezők alakítanak ki ilyen vagy olyan preferenciaskálát, teljesen különálló probléma. Ezek a „javítások" és „pontosabb megfogalmazások" a régi marginalista iskola elméleti alapjainak megőrzését szolgálták.

Könnyű ezt belátni a Nyugaton népszerű egyetemi tankönyvek olvasása alapján.

P. A. Samuelson pl. a következő rövid összefoglalást adja a fogyasztói választás elméletéről:

1. A korlátozott jövedelemmel rendelkező fogyasztó, akinek a zérótól eltérő árakkal van dolga, nem veheti meg mindazt, amit szeretne. Összehasonlítania, válogatnia kell, s ennek során figyelembe kell vennie a relatív árakat.

2. Feltehető, hogy a fogyasztó megfelelő preferenciaskálával rendelkezik, s így értékelni tudja, hogy az adott helyzet jobb, rosszabb, vagy egyenértékű egy másikhoz képest.

3. A fogyasztó tehát: *a)* választhat valamennyi lehetséges és számára elérhető helyzet között; *b)* meghatározhatja közülük azt, amelyik számára a „legjobb". Ez az az *egyensúlyi állapot*, amelyet az jellemez, hogy a javak minden további helyettesítése szükségtelen, mivel a kiadások a javak között oly módon

az árai eltérőek). A preferenciák fogalmának bevezetése céltalanná teszi a hasznosság mérésével kapcsolatos vitát.

oszlottak meg, hogy *mindegyik árura kiadott utolsó penny ugyanazt a határhasznot vagy megelégedést nyújtja.**

Ennek az elméletnek — amelyet a polgári közgazdaságtan a tőkés gazdaság működési mechanizmusának elemzésére hoz létre — az alapvető jelentősége akkor válik világossá, ha azt a fogyasztóra vonatkozó másik fontos koncepcióval, a piacgazdaságon belüli ún. fogyasztói szuverenitás elméletével együttesen értelmezzük. A fogyasztói szuverenitás nemcsak azt jelenti, hogy a fogyasztók — természetesen jövedelmük és az adott kínálatszabta határokon belül — szabadon választhatják ki maguknak a preferenciáiknak leginkább megfelelő javakat (vagyis élnek a fogyasztás szabadságával), hanem azt is, hogy e választás dönti el, hogy mit kell termelni, és ennek következtében ez jelenti a termelési tényezők allokációs kérdésének megoldását.

„Mely erők döntik el, hogy a rendelkezésre álló termelési tényezők miként kerülnek felhasználásra?" — kérdezi F. Benham. A válasz: „A tőkés társadalomban a fogyasztó tulajdonképpen király. Minden termelőtevékenység végső célja fogyasztási javak előállítása. A termelési tényező birtokosa bizonyos korlátok között használja el e tényezőt... arra a célra, amely elképzelései szerint a legnagyobb pénzjövedelmet biztosítja számára. A pénzjövedelmek — a termelési tényező jövedelme — azonban alapjában véve olyan bevételek, amelyeket a fogyasztók fizettek ki azokért a javakért, amelyek előállításában a termelési tényezők részt vettek. Így a fogyasztók pénzkiadásaikon keresztül megnyilvánuló választása az, ami meghatározza, hogy mit kell termelni.**

Ez az elmélet kifejezetten apologetikus jellegű. A tőkés gazdaság működési mechanizmusát idealizálja és távol áll a valóságtól. A valóságban nem annyira a fogyasztói igények határozzák meg, hogy mit kell termelni, hanem inkább a termelők határozzák meg a fogyasztói igényeket. A polgári közgazda-

* Lásd *P. A. Samuelson:* Economics; An Introductory Analysis. IV. kiadás. New York 1958. 440. old.

** *F. Benham:* Ekonomia polityczna. Varsó 1948. 181. old.

ságtan újabb irányzatai alapjaiban vizsgálják felül a gazdálkodó egységek — a termelők és a fogyasztók — magatartásáról, viselkedéséről szóló hagyományos elméletet. Ma irreálisnak tekintik azt a feltevést, hogy a tőkés vállalat a termelés nagyságát olyan tényezőktől teszi függővé, amelyeket nem képes megváltoztatni. Kétségtelen, hogy a nagy gazdasági egységek készek arra, hogy harcoljanak a piacért, vállalják a kockázatot, letöröljék a felmerülő ellenállást és következésképp saját érdekeik szerint alakítsák a keresletet, kínálatot és az árakat. E meggyőződésnek adott kifejezést J. Schumpeter, aki az új termékek előállítását és ezek piacának megszerzését tekintette a legfontosabb „újítási" elemnek és a vállalkozó alapvető funkcióinak.*

Az a közismert tény, hogy milyen nagy szerepe van a reklámnak a fogyasztói „preferenciák" alakításában, nem zavarja meg a polgári politikai gazdaságtan tankönyveiben szereplő világ harmonikus képét.**

F. Benham rendkívül egyszerű módon utasítja el az ellenvetéseket azzal kapcsolatban, hogy az erőszakos reklám eltorzítja a fogyasztó választását. „Bizonyos körben még a rabszolgák is tanácsot adhatnak uralkodójuknak, vagy be is csaphatják, az azonban mégis uralkodó marad."*** Egyszóval sem a monopóliumok tevékenysége, sem a tömegkommunikációs eszközök hatalmas fejlődése nem fenyegeti a fogyasztó „uralkodói hatalmát" és a tőkés gazdaságban élvezett „szuverenitását". Erre a problémára e könyv további részében még visszatérünk. Itt

* Lásd *J. Schumpeter:* Teoria rozwoju gospodarczego. Varsó 1960.

** E. Nevin közgazdasági tankönyvében a következő összefoglalást találjuk a tőkés rendszer működésének elemzésével kapcsolatban: „A gazdasági tevékenység arra törekszik, hogy a korlátozott mértékben rendelkezésre álló készletek segítségével a társadalom végtelen számú szükségleteiből a lehető legtöbbet elégítse ki; a fogyasztók oly módon osztják fel kiadásaikat, hogy jövedelmüket legelőnyösebben használják fel; a készleteket úgy használják fel, hogy kielégítsék a fogyasztók szükségletét." *(E. Nevin:* Textbook of Economic Analysis. London 1959. 230. old.)

*** *F. Benham:* Ekonomia polityczna. 183. old.

csupán arra szorítkozunk, hogy rámutassunk a „fogyasztói választás" és „szuverenitás" koncepciójának a polgári közgazdaságban elfoglalt helyére.

Ha azonban a különböző közgazdasági művek olvasása alapján arra a meggyőződésre jutnánk, hogy a fogyasztói magatartás problémáját illetően a polgári közgazdászok felfogása csaknem száz év alatt lényegében nem sokat változott, akkor következtetésünk hamis lenne. Két lényeges változás következett be. Először: a „fogyasztói egyensúllyal" kapcsolatos absztrakt fejtegetések továbbra is helyet kapnak ugyan a közgazdasági könyvekben, jelenleg azonban a piac ökonometriai elemzése és a fogyasztói magatartás empirikus vizsgálata köti le számos közgazdász és szociológus figyelmét. Másodszor: a polgári közgazdaságtan érdeklődése (Keynes óta) a mikroökonómiai problémákról kifejezetten a makroökonómiai problémák felé fordult. A közgazdászokat jelenleg tehát kevésbé érdekli az, hogy az egyéni fogyasztó miként éri el az „egyensúly" állapotát, ezzel szemben sokkal inkább foglalkoznak a globális keresletet meghatározó tényezőkkel.

Az első változás kétségtelenül azzal az általunk már említett ténnyel függ össze, hogy átalakult az az egész koncepció, amelyre a fogyasztói cselekvés elmélete támaszkodott. A hedonisztikus pszichológiát „modernebb" behaviourista irányzat váltotta fel. Ennek azonban csak másodlagos jelentősége van. A fogyasztói probléma új felfogásának okait a piac jellegében, valamint az ipar és a kereskedelem gyakorlati szükségleteiben végbement változások között kell keresnünk. A monopóliumoknak a vevők reakcióját előre kell látniuk az értékesítés és az árak tervezése során. Érdekeltek tehát a termékeik keresletrugalmasságát vizsgáló kutatásokban. Érdekelt ebben az állam is akkor, ha a piacon beavatkozik. A kereskedelemben végbemenő koncentráció szükségessé teszi a tudományos módszereken alapuló információgyűjtést a piacról és az ott végbemenő változásokról.* A nagy korporációk a könyörtelen kon-

* Egy kis élelmiszerüzlet vezetője ismeri ügyfeleit, mindennap megfigyelheti munkaterületét, meghatározhatja a szükségleteket és első kéz-

kurrenciaharc romboló következményeitől való félelmükben rendszerint az árakon keresztül törekszenek a verseny kiküszöbölésére, vagy legalábbis korlátozására. A harc egyik fő eszközévé a reklám válik. Ez hatalmas pénzeket emészt fel, természetes tehát, hogy sikert várnak tőle. A potenciális vásárlókhoz való hozzáférkőzés legtalálóbb módjainak meghatározása, bizonyos termékek rábeszélése a vevőkre külön művészetté válik. A gazdasági tevékenység új, kiterjedt szférája alakul ki, amely nem foglalkozik sem termeléssel, sem a termelt javak közvetlen eladásával, hanem a vélemények formálásával, a fogyasztók „manipulálásával". Az Egyesült Államokban több mint 2300 nagy reklámügynökség működik. E tevékenység kifejlesztéséhez tanulmányozni kell a különféle ösztönzők hatékonyságát, amelyek segítségével befolyásolni lehet a vevők cselekvését.

A piaci viszonyok vizsgálata az ökonometria egyik legrégibb ága. Az ezzel kapcsolatos első mű már 1917-ben megjelent. Az 1920-as években további fejlődés következett be a kínálati és a keresleti görbék piaci adatok alapján történő meghatározásának statisztikai módszereiben.* A statisztikai adatok másik forrásává a családi költségvetés vált. Kezdetben a kereslet (és a kínálat) ár- és jövedelemrugalmasságának meghatározása volt az érdeklődés középpontjában. Idővel azonban egyre újabb tényezőket (spekulációs hatás, az adott termék iránt jelentkező összgazdasági szükséglettől függő hatás, trendhatás stb.) kezdtek beiktatni a keresleti függvénybe. E kutatások

ből származó információk alapján hozhat döntést. A szupermarket vezetője távolabb áll az ügyféltől. Munkaterülete szélesebb, bonyolultabb, a műveletek kiterjedtebbek és differenciáltabbak, a piacok közötti verseny kiélezettebb. E tényezők a piackutatás egyre fokozódó szükségességére mutatnak, hogy így a döntésekhez hiteles adatokat nyerjünk." (*F. J. Charvat:* Supermarketing. New York 1960. 232. old.)

* *H. L. Moore:* Forecasting the Yield and Price of Cotton. New York 1917.; *H. Schultz:* Statistical Laws of Demand and Supply, with Special Application to Sugar. Chicago 1929.; *W. W. Leontief:* Ein Versuch zur statistischen Analyse von Angebot und Nachfrage. Weltwirtschaftliches Archiv. 1929.

váltak a piaci és konjunktúraprognózisok munkálatainak kiindulópontjává.*

A polgári közgazdaságtanban kifejtett „fogyasztói egyensúly"-elmélet alkalmatlannak bizonyult a XX. századbeli korporációk és a tőkésállam előtt álló gyakorlati problémák megoldására. Erre vonatkozóan számos keserű megjegyzés található a nyugati közgazdasági irodalomban. F. Perroux ironikusan ír a fogyasztói és a termelői egyensúly sémáiról: A fogyasztónak nem kell a határhasznok kiegyenlítéséről szóló alaptételhez folyamodnia azért, hogy készleteit legjobban felhasználja. A termelőnek semmi köze sincs a határbevétel és a határköltség görbéinek metszéséhez... Azok az értékítéletek és dinamikus stratégiák, amelyekhez naponta folyamodnia kell, messze túllépik e naiv modellek kereteit.** P. A. Samuelson a következőket írja: „Az utóbbi években... több közgazdász — pl. F. Knight — hangsúlyozta, hogy az egyéni ízlés és a szükségletek a reklám és a szokások hatására alakulnak, és nehéz azt állítani, hogy ez végül is az egyén saját ízlése... Ne legyünk olyanok, mint J. Doune — folytatja a szerző —, aki azt az alapelvet vallja, hogy a személy preferenciái csak azoktól a dolgoktól függnek, amelyeket *ő maga* fogyaszt, nem pedig azoktól, amelyeket mások fogyasztanak, mint ahogy Veblen határozottan hangsúlyozta, a fogyasztás gyakran azzal kapcsolatos, hogy ugyanazok a dolgok másnak is megvannak-e, vagy nincsenek."***

* Lásd O. *Lange:* Wstep do ekonometrii. Varsó 1967. II. fejezet.

** F. *Perroux:* Les Macro-décisions. Economie Appliquée, 1949. 2. sz.

*** P. *A. Samuelson:* Zasady analizy ekonomicznej. Varsó 1959. 216. old. — Meglepetést kelthet, hogy ilyen „békésen megférnek egymással" az előbbi nézetek, amelyeket gyakran ugyanazon személyek hangoztatnak, akik közül egyesek a határhasznok fogyasztók általi kiegyenlítésének szabályát fogalmazzák meg, mások pedig nagy szkepticizmust tanúsítanak mind az egyéni preferenciák felfogási módjával, mind a fogyasztói választással szemben. Fényt vet erre Samuelson más helyen megfogalmazott, érdekes megjegyzése: „Sok olyan hétköznapi kifejezést és jelszót... lehetne megadni, ami — elemzés után — ellentmondónak és értelmetlennek bizonyulna. ... Mint ahogy Knight professzor mindig állította, a Nyugat embere a különböző, egymással összeférhe-

Az előbbi kijelentések tükrében teljesen érthetővé válik az érdeklődés a fogyasztó viselkedésének pszichológiai vizsgálata iránt. E vizsgálatok kétségtelenül előrelépést jelentenek a marginalista iskola meddő fejtegetéseihez képest. Az örök és változatlan emberi természet fölötti absztrakt reflexiókról áttérnek a fogyasztó viselkedésének konkrét megfigyelésére. A fogyasztó már nem úgy cselekszik, mint egy izolált, a társadalomhoz nem kapcsolódó egyén. Ellenkezőleg, cselekvésének motívumait a társadalmi feltételek, valamint a különféle csoportok és környezetek kölcsönhatásának szférájában kell keresni. Végül pedig ezek olyan vizsgálatok, amelyek nem az egyes egyénekre, hanem a társadalmi-gazdasági feltételek alapján megfelelően kiválasztott nagyobb közösségekre vonatkoznak.

V. O. Packard a tőkés reklámról szóló kitűnő tanulmányában a következőképp határozza meg e kutatások jellegét: „A motívumok vizsgálata a kutatások új típusa, amelyek célja azon motívumok megismerése, amelyek az embereket irányítják, amikor választanak. *A kutatások ehhez olyan eljárásokat használnak fel, amelyek az ösztönösséghez vagy a tudatalattihoz igyekeznek eljutni, mivel a preferenciákat döntően olyan tényezők határozzák meg, amelyeket az egyén nem tudatosít magában*"* (a szerző kiemelése).

A motivációs vizsgálatok tehát bizonyos elméleti alaptételekből indulnak ki. Ez teljesen érthető, mivel a szokásos megfigyelésekre, kérdőíves vagy felméréses módszerekre való szorítkozás nem gazdagíthatja kellő mértékben a valóságra vonatkozó ismereteinket. Tekintsük át egy kissé közelebbről azokat az elméleti alapokat, amelyek a vizsgálatok irányát és jel-

tetlen forrásokból eredő meggyőződések keveréke. Szerencsére élete eléggé szétaprózódott úgy, hogy különféle szerepeinek mindegyikét eljátszhatja a következetesség elviselhető hiányával, és csak a leginkább introspektív emberek aggódnak oly nagyon amiatt, hogy dezorganizálódnak." (Ugyanott, 218. old.)

* *V. O. Packard:* The Hidden Persuaders. New York 1958. 59. old. Packard az idézett meghatározását az egyik, „motivációs" vizsgálatokat végző nagy intézet igazgatója, L. Cheskin meghatározása után idézi.

legét meghatározták. A tárgykör irodalma óriási. Nehéz lenne tehát azzal próbálkoznunk, hogy akár röviden is bemutassunk minden elméleti általánosítást, amely a fogyasztás szociálpszichológiai vizsgálatával kapcsolatos. Ezért csupán azt a két alapelvet ismertetjük, amelyek — véleményünk szerint — a fogyasztói viselkedéssel kapcsolatos elmélet fő tartóoszlopai. Az első alapelvet — mint már megállapítottuk — a motivációs vizsgálatok tárgykörének és módszerének definíciója is tartalmazza. Eszerint a fogyasztó egyéni preferenciáinak kialakításában az ösztönösség és a tudatalattiság játssza a döntő szerepet. A második alapelv a fogyasztói szükségletek alakulása és a társadalmi rétegeződés viszonyával kapcsolatos.

A pszichológia — mint már említettük — úgy határozza meg a szükségletet, mint valaminek a hiányállapotát, s egyúttal mint olyan tényezőt, amely működési funkciókat indít meg ezen állapot megfelelő megváltoztatása irányában. Egyes pszichológusok feszültségnek nevezik ezt az állapotot. A feszültség az emberek számára kellemetlen érzésként és olyan kényszerként jelentkezik, hogy lépéseket tegyenek az adott szükséglet „redukálására", vagyis kielégítésére.*

J. Bayton a feszültségeket biológiai és pszichológiai feszültségekre osztja fel. Az előbbieket a biológiai egyensúly zavarai váltják ki, az utóbbiak pedig az egyén tudatában lépnek fel, és összefüggésben állnak az egyén és a társadalmi környezet viszonyával (vagyis emberek közötti kapcsolatok eredménye)**.

Az emberi társadalom magasabb fejlettségi fokán nem annyira a legegyszerűbb fiziológiai szükségletek nyomásával, hanem inkább az egyén és a társadalmi környezet közötti egyensúly fenntartásának szükségességével kapcsolatos „feszültségek redukálására" irányuló törekvés játszik egyre nagyobb szerepet. Az ember a — többi emberrel fennálló kapcsolata eredményeként — meghatározott elképzelést alakít ki magá-

* Lásd *O. H. Mower:* Learning Theory and Behaviour. New York 1960.

** Lásd *J. Bayton:* Motivation, Cognition, Learning — Basic Factors in Consumer Behaviour. Journal of Marketing 1958. 3. sz. 282. old.

nak a társadalomban betöltött helyéről és szerepéről, meghatározott besorolási értékrendet alakít ki, s ehhez viszonyítva értékeli saját pozícióit, méri sikereit és kudarcait.*

Az ún. felismerési disszonancia elmélete azt hirdeti, hogy a kellemetlen feszültségek keletkezésének egyik fő oka — amit az egyén igyekszik elhárítani — a valóság érzékelése és azon kép közötti konfliktus, ahogy a személy elhelyezi önmagát az őt körülvevő világban.**

A fogyasztói magatartást vizsgáló kutatások ezeket a pszichológiai elméleteket összekapcsolják a társadalmi rétegeződés elméletével, amit az amerikai szociológia fejlesztett ki. A rétegeződési elmélet számos teoretikusának véleménye szerint nem annyira a vagyon vagy a jövedelem nagysága, hanem inkább a képzettség, az életmód és a szakmai pozíció dönti el az egyén társadalmi helyzetét. Az életmód és a fogyasztási forma nemcsak a társadalmi pozíció számos szintjét alakítja ki, hanem társadalmi rétegződéshez is vezet. Ennek az elméletnek a fényében az egyéni ízlés és hajlamok kielégítése csak másodlagos szerepet játszik a fogyasztói választásban. A fő kritériumot annak a társadalmi csoportnak az értékítélete képezi, amelyhez az adott egyén tartozik, ill. tartozni kíván. A fogyasztói választásban az adott csoport életmódjához, az e csoportban kötelező átlagos életszínvonalhoz, valamint a fogyasztáson ke-

* G. Katona vezette be a „besorolási csoportok" (reference groups) fogalmát. E csoportokat — szerinte — az adott környezethez tartozó vagy tartozni kívánó egyének viselkedési normái és formái alakítják ki. (Lásd *G. Katona:* The Powerful Consumer. Psychological Studies of the American Economy. New York 1960. 155., 156. old.)

** A „felismerési disszonancia" elméletét számos műben kifejtették. Lásd pl. *L. Festinger:* A Theory of Cognition Dissonance. New York 1957.; *A. Molewski:* O zastosowaniu ogolnej teorii zachowania. Varsó 1964.; *Ch. R. Noyes:* Economic Man in Relation to his Natural Environment. New York 1948.; Lásd ezenkívül: *A. Kozmiński:* Socjologiczne problemy planowania konsumpcji. Ekonomista, 1969. 3. sz. 743. old. — A szerző e cikkében az egyéni fogyasztási mintákkal kapcsolatos vizsgálatok alapját képező, Nyugaton elterjedt szociálpszichológiai elméleteket ismerteti. Ezt a témát veti fel *K. Zagórski* „Psychologiczne aspekty potrzeb ludzkich" c. műve is. (Studia Socjologiczne, 1966. 2. sz.)

resztüli „megkülönböztetettséghez" való alkalmazkodás motívumának van döntő jelentősége. Aki nem rendeli magát alá az adott fogyasztási szintnek, azt elszigetelődés, sőt az adott csoportból való kizárás veszélye is fenyegeti; a fogyasztáson keresztül történő „pozitív" megkülönböztetettség viszont a presztízs megszilárdítását, a társadalmi pozíció emelését szolgálja, vagyis segíti a társadalmi ranglétrán való felfelé jutást.

Az ebből eredő, a fogyasztó manipulálására vonatkozó szociotechnikai szabályok meghatározását célzó gyakorlati javaslatok teljesen nyilvánvalóak. A legeredményesebb módszerek közé a sznobizmusra való hivatkozás (a fogyasztók ugyanis „társadalmi pozíciójuk szimbólumait", nem pedig a tényleges szükségleteik kielégítésére szolgáló javakat vásárolják), a rejtett, gyakran nem tudatosult komplexusok és félelmek kihasználása, a fogyasztóban megfelelő asszociációk és feltételes reflexek kialakítása tartoznak.

Miként értékeljük e vizsgálatok tudományos és társadalmi jelentőségét? A vizsgálatokat finanszírozó vállalatok számára nem lehet kétséges gyakorlati értékük. Ez a gyakorlati verifikálás azonban kielégítően bizonyítja-e a vizsgálatok alapjául szolgáló hipotézisek törvényszerűségét és tudományos helyességét?

Próbáljuk meg először azt felmérni, hogy e kutatások menynyiben járultak pozitívan hozzá a fogyasztási elmélethez. A fogyasztási elmélet egyes fejlődési elemeire az előzőekben már utaltunk. Fő érdemük — mint már említettük — a *homo oeconomicus* mítoszával és az atomizált társadalom koncepciójával való végleges szakítás. Ehhez még néhány kétségtelen pozitívumot lehet hozzátenni. E kutatások során bebizonyosodik, hogy az egyéni preferenciák nem adottak; ellenkezőleg, kívülről jövő tudatos ráhatás tárgyai lehetnek és *de facto* azok is. A szociálpszichológiai vizsgálatok gazdagították arra vonatkozó ismereteinket, hogy a fogyasztás egyéni formái mennyiben függnek azon társadalmi csoport formáitól, amelybe az adott egyén tartozik.* Kimutatták, hogy a fogyasztási struktúra terv-

* A marxisták számára ez nem *nota bene* új igazság felfedezése. Tény azonban, hogy mind ez ideig nem folytattak szélesebb körű vizsgálatokat e tárgykörben.

szerű befolyásolása sokoldalú, interdiszciplináris jellegű elemzéseket követel meg.

A legnagyobb értéket végül is — véleményünk szerint — az a gazdag tényanyag jelenti, amely a fejlett tőkésországok fogyasztási modelljére, valamint azokra a módszerekre vonatkozik, amelyek segítségével a fogyasztás szerkezetét befolyásolják.

A fogyasztói magatartással kapcsolatos pszichológiai vizsgálatok (olyan formában, ahogy azokat Nyugaton végzik) ugyanakkor alapos kétséget ébresztenek. Nem fogunk időzni a szembetűnő hiányosságoknál: a fogyasztás problémájának szűken vett, utilitarista értelmezésénél, a társadalomról alkotott szegényes elképzeléseknél (ami a többi között a történetiség hiányában fejeződik ki). A hiányosságok teljesen érthetőek lesznek akkor, ha szem előtt tartjuk azokat a célokat, amelyeknek érdekében a motivációs vizsgálatokra egyáltalán sor került. E kritika azonban nem juthat el odáig, hogy megmutassa e vizsgálatok korlátozott jellegét. Azt a — véleményünk szerint — legfontosabb körülményt kell kiemelnünk, hogy *a motivációs vizsgálatok — a látszat ellenére — sem ideológiai, sem gyakorlati értelemben véve nem semlegesek.**

Először: túl elhamarkodottan általánosítanak bizonyos megfigyeléseket és épp oly hamisan rajzolják meg az ember pszichológiai képét, mint a hírhedt *homo oeconomicus*. Nehéz kétségbe vonni azon megfigyelések helyes voltát, amelyek az utánzási hajlam jelentőségére, a fogyasztáson keresztül való „megkülönböztetettség" motívumára, valamint a fogyasztó magatartásában tapasztalható különféle irracionális tényezőkre vonatkoznak. *Ezek azonban meghatározott társadalmi rendszer és meghatározott civilizáció termékei.* A szociálpszichológiai vizsgálatok pedig azt akarják elhitetni, hogy ezek olyan jelenségek, amelyekre az emberi lélekben, magában az emberi ter-

* Sajnos, ez gyakran elkerüli azok figyelmét, akik a szociálpszichológiai vizsgálatok tapasztalatait tanulmányozzák és akiket elképeszt a leleményes vizsgálati eljárások leírása, meglepnek a vizsgálati eredmények.

mészetben kell magyarázatot találni. Mind az egyén és a társadalom közötti konformizmus és konfliktus, mind pedig azok a nehézségek, amelyek a társadalmi valósághoz való alkalmazkodás során felmerülnek, egyaránt az immanens rossz alakját öltik magukra, amit a közösségi életforma semmilyen változása sem képes felszámolni.

Másodszor: a motivációs vizsgálatok hibás társadalmi koncepción alapulnak. Említettük már, e vizsgálatok érdeme az, hogy szakítottak azzal az elmélettel, amely szerint a társadalom az élvezeteket maximáló izolált egyének összessége. A stratifikációs elmélet a társadalomnak ezt az atomisztikus koncepcióját olyan koncepcióval váltja fel, amelyet *molekulárisnak* lehetne nevezni. Ezentúl tehát már nem izolált, változatlan egyénekkel, hanem olyan formális és informális csoportok sokaságával állunk szemben, amelyhez az adott egyén tartozik és amelynek jóváhagyó vagy tiltó megítélése befolyásolja magatartását. A marxisták és a stratifikációs elmélet képviselői között nem az említett csoportok létezését vagy szerepét illetően folyik vita. Nem élhetünk fenntartással a társadalmi rétegződés olyan jellegű tanulmányozásával szemben, amelynek a társadalmi osztályokról, azok belső elkülönültségéről és a bennük végbemenő változásokról meglevő ismeretek gazdagabbá tétele és konkretizálása a célja. A stratifikációs elmélet azonban nem a társadalmi osztályok elemzésének elmélyítésére, hanem az osztályelmélet megdöntésére törekszik.

„Az osztályok — írja J. Ostaszewski — sem nem teljesen reálisak, sem nem teljesen irreálisak... A társadalom nagy, korszerű ipari szervezetek köré gyűlt, különálló emberi csoportokra bomlik fel... Ezeket döntően a közös lakóövezet, a hasonló életmód és életstílus, de gyakran a sajátos nyelv is összekapcsolja. Végül valamennyiük számára közös az az értékrend, amely szerint az elsődleges és a származékos értékeket sorolják; ebből következik szellemi érdeklődésük, érzelmi ragaszkodásuk, szokásaik és szórakozásmódjuk — és nem kevésbé mindezek sajátos korlátainak — közös meghatározottsága... Ez az új felosztás — keresztezve az eddigi osztályfelosztást — nem törli el, hanem gyengíti azt... Maga az a tény, hogy *egy reá-*

lisabb osztályozási mód — mint amilyen az új — egy másikat, de kevésbé reálisat keresztez, gyengíti az utóbbit" (a szerző kiemelése).*

Mint látható, e felfogás szerint az emberek millióit aktivizáló társadalmi mozgások, a tőkésországokat megrendítő, éles osztályellentétek — mindez az „új ipari társadalom" csoportjainak és osztályozási rendszereinek tarka és sokszínű mozaikjától befedve — eltűnnek a szemünk elől.

A fogyasztó magatartásával kapcsolatos vizsgálatok — már azáltal is, hogy figyelmünket a csoportok fogyasztási mintáinak a kérdésére összpontosítják — még jobban kiszínezik a társadalomnak ezt a képét, amely a stratifikáció teoretikusainak a műve. E vizsgálatokból úgy értesülünk, hogy az egyik legfontosabb cselekvési motívum: a másokat utolérni vágyás és a fogyasztáson keresztül való különbbé válás és az, hogy az emberek — bámulva a felsőbb csoportok életszínvonalát — keservesen kapaszkodnak felfelé a társadalmi ranglétrán. A mai világ elemzésének helyes kiindulópontjául még akkor is nehéz ezt a társadalmi koncepciót elfogadnunk, ha azt feltételezzük, hogy kizárólag fejlett tőkésországokról van szó.

Harmadszor: a fogyasztó magatartásával kapcsolatos vizsgálatok *nemcsak feltárják a fogyasztó választási cselekvésében fellelhető irreális tényezőket, hanem el is mélyítik ezt az irrealitást, nemcsak feltárják a sznobisztikus motívumokat, hanem a sznobizmusra appellálnak, nemcsak hangsúlyozzák a tudatalatti tényező szerepét, hanem igyekeznek a fogyasztó lelkének mélyére hatolni és kihasználni lelki sérüléseit és komplexusait.* Van ebben valami mélyen antihumánus, mivel a „pszichoanalízis" a „paciens" beleegyezése nélkül, és még a legkevésbé sem az ő javára történik.

V. O. Packard a vevőtoborzás modern módszereit a következő módon értékeli: „Ezek a vizsgálatok és mesterkedések néha bizonyos konstruktív, néha mulatságos szemléletet tartalmaznak: úgy gondolom azonban, azt is meg kell állapíta-

* *S. L. Andrzejewski, J. Ostaszewski:* Uwarstwienie a rozwój społeczny. (Kézirat.) London 1964. XII. old.

nunk, hogy komoly, antihumánus következményekhez vezetnek. Közülük sok inkább visszakozást, mint előrehaladást jelent abban a hosszú harcban, amely azért folyik, hogy az ember racionális önmagát saját akarata szerint irányító lénnyé váljék."*

A fogyasztói magatartással kapcsolatos vizsgálatok a piac elemzésében fontos szerepet játszanak, de a közgazdasági elmélet fejlesztésében nem tulajdonítható nekik nagyobb jelentőség. A mai polgári közgazdaságtant az jellemzi, hogy a gazdálkodó egyének cselekvésére vonatkozó fejtegetések makroökonómiai elemzésekké fejlődtek. Nincs helyünk arra, hogy a keynesi „forradalom" lényegét itt bővebben megtárgyaljuk. Kizárólag arra szorítkozunk, hogy a fogyasztásra, ill. annak a tőkés gazdaság működésében játszott szerepére vonatkozó alapvető téziseket megemlítsük. Ezeket a következőképpen lehet röviden összefoglalni:

1. A fogyasztás a nemzeti jövedelem egyik alkotó része; a nemzeti jövedelem ugyanis a fogyasztásra és a nettó beruházásokra (belföldi és külföldi) fordított kiadások, valamint a javak és szolgáltatások vásárlására fordított állami kiadások összegéből tevődik össze.

2. A fogyasztás nagysága a jövedelem nagyságától és a „fogyasztási hajlamtól" függ. A fogyasztási határhajlam (amit úgy definiálhatunk, mint a jövedelem minden egyes dollárral való növekményéből a fogyasztásra fordított hányadot) oly mértékben csökken, ahogy az emberek gazdagabbá válnak.

3. A nemzeti jövedelem növekedésére vagy csökkenésére döntő hatást gyakorolnak a beruházások. A beruházások multiplikátor hatást gyakorolnak a jövedelemre. Ha nőnek a beruházások, akkor megfelelő összeggel növekednek a jövedelmek a beruházási javakat gyártó vállalatoknál. A jövedelemnek ez az „elsődleges" növekedése a másodlagos fogyasztói kiadások egész láncolatát indítja meg. A multiplikátor a fogyasztási hajlamtól függően sokszorozza meg (pozitív vagy negatív irányban) a beruházások hatását. A multiplikátor $= \frac{1}{1-c}$; ahol c a fogyasztási határhajlamot jelenti.

* *V. O. Packard:* The Hidden Persuaders. 4. old.

4. A fogyasztási javak iránti kereslet emelkedése vagy csökkenése a termelési eszközök keresletének az arányosnál nagyobb növekedését vagy csökkenését vonja maga után. Ez az ún. akcelerátor (gyorsulási) hatás. A multiplikátor és az akcelátor egymásra épülő hatása fokozza a konjunkturális ingadozások erejét.*

Számos közgazdász — statisztikai adatok elemzése alapján — kétségbe vonja Keynes hipotézisét a fogyasztás nagysága és a folyó jövedelem kapcsolatára vonatkozóan.** Rámutatnak arra, hogy: *a)* a soron következő jövedelemnövekedés ideje és nagysága is befolyásolja az adott időszak alatti fogyasztást; *b)* a fogyasztást nemcsak a jövedelem, hanem más változók is befolyásolják.***

M. Friedman szerint a fogyasztás a háztartás „állandó jövedelmétől", vagyis az utolsó legalább három év alatt elért jövedelmétől függ.° F. Modigliani és R. Brunberg azt hangsúlyozza, hogy a rendelkezésre álló vagyon (költekezést tesz lehetővé) és várható jövedelme (folyó jövedelme mellett) befolyásolja a fogyasztás alakulását az adott időszakban.°°

I. Friend és I. Kravis úgy véli, hogy a fogyasztás alakulásában a munkaképesség tartama és az aktív népesség életkora játszik lényeges szerepet.°°°

* Az akcelerátor gondolatát először J. M. Clark vetette fel 1917-ben. Kifejlesztése R. E. Harrod, S. Kuznets, P. A. Samuelson és mások nevéhez fűződik. (Lásd *G. Haberler:* Prospérité et dépression. Genf 1948. 98., 99. old.)

** Kuznets, ismert amerikai közgazdász, néhány évtizedre vonatkozóan kiszámította a megtakarítások és a jövedelmek viszonyát az Egyesült Államokban, és megállapította, hogy a nyert eredmények nem igazolják Keynesnek a csökkenő fogyasztási határhajlamra vonatkozó tézisét. (Lásd *S. Kuznets:* Use of National Income in Peace and War. New York 1942.)

*** Lásd *J. Vincens:* Demande globale et théorie de l'équilibre. Revue d'Économie Politique, 1958. XI—XII. fejezet, 1044—1076. old.

° Lásd *M. Friedman:* A Theory of the Consumption Function. New York 1957.

°° Lásd Post Keynesian Economics. London 1955. (*Szerk:* K. Kurikara.)

°°° Lásd American Economic Review, 1957. 3. sz.

Legutóbb az a hipotézis került előtérbe, hogy a fogyasztásra fordított kiadások két lényeges részből tevődnek össze. Az egyik az alapvető szükségletek fedezésére szolgál és — a kiadások szokásos jellege következtében — általában stabil. A másik ezzel ellentétben az ún. *szabad döntési alapot* képezi, amely szoros kapcsolatban áll a jövedelem nagyságával, s amelynek felhasználása a különféle fogyasztói csoportok viszonyait és viselkedését alakító számos változótól függ.*

A fogyasztói kiadások egyes csoportjainak eltérő jövedelemrugalmassága nyilvánvaló. Kétséget ébreszthet viszont az a már említett hipotézissel kapcsolatos utalás, hogy a fogyasztó „manipulálása" főként a szabad döntési alapra vonatkozik, tehát nem (vagy csak jelentéktelen mértékben) gyakorol befolyást az alapvető szükségletek kielégítésének körülményeire és módjára. (E problémára a következő fejezetben még visszatérünk.)

Az említett kétségek, amelyek a tőkésországokban tapasztalható fogyasztást vizsgáló közgazdászok részéről elhangzottak, nem tartalmazzák a keynesianizmus alapvető kritikáját. Inkább csak Keynes egyes hipotéziseinek pontosabb megfogalmazására irányulnak.

A keynesiánus elmélet fő javaslata a *cselekvésre*, a „laissez-faire" ideológiájával való végleges szakításra és az állam gazdasági beavatkozásának a növelésére való *felhívás*. Az állam — miközben kiadásait növeli — (feltéve, hogy az adók és a beruházások nem változnak) befolyást gyakorol a nemzeti jövedelem és így a nettó beruházások növekedésére. A teljes foglalkoztatottsághoz elégtelen személyi fogyasztást állami kiadások is helyettesíthetik.

J. M. Keynes a beruházások szerepét hangsúlyozva *teljesen figyelmen kívül hagyja azok jellegét és célját, valamint azokat a társadalmi szükségleteket, amelyek kielégítésére hivatottak.* Különösen élénk vitát váltott ki a közgazdászok között az ókori piramisok építésének paradox, keynesi értékelése. „Az ősi

* Lásd *R. Ferber:* Research on Household Behaviour. American Economic Review, 1962. 1. sz.

Egyiptom kétszeresen szerencsés volt — írja Keynes — ... kétségtelenül annak köszönhette mesés gazdagságát, mert két tevékenységet is végzett — piramisokat épített és nemesfémeket bányászott —, amelynek gyümölcsei, mivel nem arra szolgáltak, hogy elfogyasztva emberi szükségleteket elégítsenek ki, bőségük ellenére sem értéktelenedtek el. A középkor katedrálisokat épített és siratóénekeket énekelt. Két piramis vagy két siratóének a holtakért kétannyit ér, mint egy; két vasútvonal Londontól New Yorkba nem ér kétannyit, mint egy. Így amióta olyan okosak vagyunk, s annyira elsajátítottuk az óvatos pénzemberek magatartását, hogy aggodalmasan mérlegelünk, mielőtt lakóházak építésével megnöveljük az utókor »financiális« terheit, nincs ilyen könnyű kiutunk a munkanélküliség nyomorúságából. Kénytelenek vagyunk tudomásul venni a munkanélküliséget, mint elkerülhetetlen következményét annak, hogy az államvezetést olyan elveknek rendeltük alá, amelyek legalkalmasabbak arra, hogy »gazdagítsák« az egyest, mert lehetővé teszik számára élvezetre való olyan jogcímek felhalmozását, amelyeket nincs szándékában valamilyen meghatározott időpontban érvényesíteni."*

A pazarlásnak ez a szokatlan dicsérete a kapitalizmus egész fennállását veszélyeztethető tömeges munkanélküliség leküzdése érdekében, a legkevésbé sem szójáték. Legalábbis erre utal az a tény, hogy Keynes kétszer is megismétli.**

E megállapításnak kétségtelenül kiemelkedő elméleti jelentősége van. Fényt vet a kapitalizmus lényegére, a gazdasági tevékenység és a tényleges társadalmi szükségletek kapcsolatára. Azt is lehetne ugyan mondani, hogy nem kell túlzottan szó szerint venni a piramisok építésének Keynes általi dicséretét. Más helyen ugyanis maga Keynes jegyzi meg, hogy az értelmes emberekből álló közösségnek nem kell ilyen — pazarlással járó — enyhítőszerekhez folyamodnia.*** Ez a lapszéli megjegyzés

* *J. M. Keynes:* A foglalkoztatás, a kamat és a pénz általános elmélete. 153—154. old.

** Lásd ugyanott, 243. old.

*** Lásd ugyanott.

azonban nem kielégítő felelet az alapvető kérdésre. Egy sor megcáfolhatatlan észrevétel vetődik fel.

Először: a tőkés rendszer működési mechanizmusának szempontjából csak másodlagos szerepet játszik a társadalom legszélesebb tömegei részéről jelentkező fogyasztási szükségletek kielégítése.

Másodszor: az improduktív beruházások és a tömeges pazarlás a legkevésbé sem mond ellent a kapitalizmus gazdasági logikájának. Ellenkezőleg, ezek kétségtelen előnyökkel rendelkeznek, amelyekről számos közgazdász fejtegetéseiben tudatosan hallgat. M. Kalecki hívta fel ezekre a figyelmet.

„A beruházások — írja Kalecki — csak kivitelezésük ideje alatt javítják a konjunktúrát azáltal, hogy kinyitnak egy olyan szelepet, amelyen keresztül pótlólagos vásárlóerő jut a gazdaságba. Ugyanakkor e beruházások produktív jellege az oka a megélénkülés fékeződésének, végül pedig depressziójának is, mivel épp a termelőapparátus növekménye az a tényező, amely ... véget is vet a megélénkülésnek. A tőkés rendszer egyik leginkább figyelemre méltó paradoxonjával állunk itt szemben. A termelőapparátus növelése, tehát a társadalom gazdagabbá tétele magában hordja a válság csíráját, amikor is kiderül, hogy ez a gazdagabbá tétel potenciális; a termelőapparátus jelentős része ugyanis parlagon hever, és csak a következő javulás idején lesz ismét hasznos."*

Ez a megállapítás fényt derít a konjunktúra állami beruházásokkal történő ún. felfűtésére (felhevítésére). Bebizonyosodik, hogy e beruházások annál „jobbak", minél kevésbé produktív jellegűek. Emellett azt is elvárják tőlük, hogy ne konkurráljanak a magánberuházásokkal. Ilyen megvilágításban érthetővé válik, hogy a fegyverkezési kiadások néhány milliárd dollárral való emelése miért talál általában egyre gyengébb ellenzésre az Egyesült Államok Kongresszusában, mint az olcsó lakások, új iskolák vagy kórházak jóval szerényebb épí-

* *M. Kalecki:* Prace z teorii koniunktury 1933—39. Varsó 1962. 48—49. old.

tési tervei.* Az utóbbi esetben mindig vannak bizonyos befolyásos csoportok, amelyek a tervezett beruházásokban saját egyéni érdekeik veszélyeztetését látják. Vagyis a konjunktúra „felfűtése" különleges típusú közületi beruházásokkal és nagyon specifikus fogyasztásfajták fejlesztésével függ össze.

Keynes a rövid távú problémákra összpontosította a figyelmet. A mai polgári közgazdaságtan főként a gazdasági növekedés, fejlődés és az e folyamatokban végbemenő szerkezeti változások kérdéseivel foglalkozik.**

Az e témával kapcsolatban megjelent számos mű közül elég nagy népszerűségre tett szert W.W. Rostow, amerikai közgazdásznak „A gazdasági növekedés szakaszai" c. könyve.*** Az általunk tárgyalt problematika tekintetében Rostow e könyve azért kelti fel érdeklődésünket, mert a „fogyasztói társadalom" koncepcióját a gazdasági fejlődés meghatározott szakaszának koncepciójaként veti fel. Rostow szerint a társadalom — „érettségi" fázisának elérése után — a fejlődés következő, magasabb fázisába, az ún. tömegfogyasztás korába megy át.° Ebben az időszakban — Rostow szerint — a társadalmat kevésbé érdekli a kínálat, mint a kereslet, kisebb érdeklődést tanúsít a termelési problémák és nagyobbat a legszélesebben értelmezett fogyasztás és jólét problémái iránt.°°

A „tömegfogyasztás" időszakát a gépkocsigyártás, a lakás-

* Az Egyesült Államokban — American Medical Association néven — befolyásos szervezet működik, amely az egészségügy államosítására vonatkozó valamennyi javaslatot mint „kommunista" javaslatot elveti. Még a kormány mezőgazdasági politikájára is gyakorol bizonyos hatást. (Lásd *W. Mc. Cune:* Who's behind our Farm Policy? New York 1956.)

** F. Perroux a struktúrát „a térben és időben elhelyezett, bizonyos gazdasági egészet jellemző arányok és viszonyok"-ként határozza meg. (*F. Perroux:* Pour un approfondissement de la notion de structure. Párizs 1952.)

*** *W. W. Rostow:* Les Étapes de la croissance économique. Párizs 1960.

° Az érettséget megelőző fázisok Rostow szerint: a tradicionális társadalom, a kibontakozás (take-off) előfeltételei, a kibontakozás szakasza. (Ugyanott, 16. old.)

°° Lásd ugyanott, 96. old.

építés, valamint a tartós fogyasztási cikkeket (rádiót, televíziót, hűtőgépet stb.) gyártó iparágak gyors fejlődése jellemzi. Természetesen a fejlettségnek ezt a fokát elérő egyes országok lakosságának fogyasztói struktúrájában vannak bizonyos eltérések. Nincs értelme pl. annak — véli Rostow —, hogy a motorizáció terén a nyugat-európai országok utánozzák az Egyesült Államokat és ennek következtében nemhogy ugyanakkora, hanem annál jóval nagyobb közlekedési nehézségekkel kerüljenek szembe. A földrajzi feltételek (a viszonylag kicsi, sűrűn lakott terület) egyenesen lehetetlenné teszik, hogy a többi ország (a Szovjetunió kivételével) kövesse az amerikai fogyasztói formát. „Biztosak lehetünk azonban — vonja le következtetését a szerző —, hogyha tisztelni fogjuk a fogyasztó teljes szabadságát és a jövedelmek nőni fognak, a kereslet jövedelemrugalmassága pedig, ha nem is azonos, de hasonló lesz, akkor a különböző fejlődő országokban végeredményben analóg struktúrák fejlődnek ki a »tömegfogyasztás« korszakában."*

A tömegfogyasztás azonban számos nehéz probléma és választás elé állítja a társadalmat. Az egyes javak határhaszna csökken, a termelés növekedési görbéje logisztikus görbe alakját ölti fel, a fogyasztási javak iránti kereslet növekedési ütemének lelassulása a termelőkapacitások részleges kihasználását, ez pedig a foglalkoztatottság csökkentését és a fogyasztói kereslet további lanyhulását eredményezi. E mechanizmus működése vezetett Rostow véleménye szerint a két világháború közötti válság kitöréséhez. Az egyéni tömegfogyasztásnak azonban két lehetséges alternatívája van. Az egyik a szociális létesítmények állami fejlesztése, a másik az eszközök szélesebb körű felhasználása katonai célokra és külső expanzióra. A további gazdasági növekedés ösztönzésében nem kis szerepet játszik végül a demográfiai tényező. „Amikor a tartós fogyasztási javak korszaka elért arra a pontra, ahol az eladások ütemének csökkennie kellett, az amerikai társadalom szokatlan és váratlan módon határozott. Az amerikai háztartások úgy kezdtek cselekedni, mintha több gyereket akartak volna, mint fogyasz-

* Ugyanott, 115. old.

tási cikket."* Eltekintünk Rostownak a kommunizmussal, valamint a háború és a béke perspektíváival kapcsolatos fejtegetéseitől, mivel azoknak nincs sok közük a közgazdasági elmélethez, annál inkább kapcsolatosak viszont az antikommunista propagandával és a hidegháborús politikával.

Rostow fejtegetéseiből minket különösen három gondolat érdekel:

1. A „fogyasztói társadalom" koncepciója és annak illusztrálása az Egyesült Államok példáján keresztül.

2. Az a meggyőződés, hogy az amerikai fogyasztási modell — az egyes országokban tapasztalható eltérések és változatok ellenére — univerzális jellegű.

3. A fegyverkezésnek mint a „fogyasztói" társadalom alternatívájának, mint a „gazdasági érettség" termékének a bemutatása.

E tézisek eléggé elterjedtek az irodalomban és bizonyos nyugati társadalmi körök tudatában. Épp ezért kissé több figyelmet fordítunk ezekre e mű következő fejezetében.

* Ugyanott, 104. old.

MIÉRT OLY NAGY JELENTŐSÉGŰ NAPJAINKBAN A FOGYASZTÁSI MODELL PROBLÉMÁJA?

A mai világban végbemenő mélyreható átalakulások új tartalmat adnak a fogyasztási modellel kapcsolatos kérdéseknek. E problémát feltétlenül alapjaiban kell megvizsgálnunk mind a tőkés, mind a szocialista rendszerben.

1. A „FOGYASZTÓI TÁRSADALOM" BÍRÁLATA

A tudományos-technikai forradalom korszakában élünk. Számos polgári közgazdász abban a reményben ringatta magát, hogy a termelőerők fejlődése és a tömeges munkanélküliség felszámolása a társadalmi feszültségek enyhülését, valamint a tőke és a munka közötti ellentmondások elfojtását eredményezi. A gazdasági növekedés polgári teoretikusai azt vetik Marx szemére, hogy a nemzeti jövedelem felosztási problémáinak statikus felfogása következtében jut arra a következtetésre, hogy a profit és a bérek közötti ellentmondások antagonisztikusak. A gazdasági növekedés állítólag megoldhatja ezt az ellentmondást, mivel lehetővé teszi a nemzeti jövedelem valamennyi elemének növelését. A kapitalizmus apológiája az előző fejezetben tárgyalt „fogyasztói társadalom" koncepciójában érte el tetőfokát. Az osztályharc azonban az apologetikus elméletek ellenére sem hal el, hanem egyre éleződik. A „fogyasz-

tói társadalom" (vagy ahogy mások nevezik, „a bőség társadalma") elméletét szembesítenünk kell tehát a valósággal.

A tőkés rendszerrel kapcsolatban mindig gondolnunk kell arra, hogy a gazdaságilag fejlett országok a tőkés világnak csak egy kis hányadát alkotják. Ezen országok egyebek között az emberiség óriási többségének kizsákmányolása révén gazdagodtak meg. Tegyük félre azonban a történelmet, tekintsünk el a tőkés világ ún. perifériájától, és vegyük közelebbről szemügyre a „bőség" országait. A termelőerők fejlődése itt kétségtelenül a termelés és a fogyasztás növekedését eredményezte. Alapvetően megváltoztatta a társadalmi és az egyéni létfeltételeket, új szükségleteket szült, és kielégítésük új módját teremtette meg. A munkásosztályt nem választja el „kínai fal" a társadalom többi tagjától; érzi a kielégítésüket követelő új szükségletek nyomását.

Lenin erre vonatkozóan a következőket írta: „Nem szabad szem elől téveszteni azt a kétségtelen igazságot, hogy a kapitalizmus fejlődésével elkerülhetetlenül emelkedik az egész lakosság és a munkásproletariátus szükségleteinek színvonala. Ez az emelkedés általában abból ered, hogy gyakoribbá válik a termékek kicserélése, s ez a városok és falvak, különböző földrajzi vidékek stb. lakosainak sűrűbb érintkezésére vezet. Ugyanerre vezet az a tény is, hogy a munkásproletariátus nagy tömegekben, összezsúfoltan él, ami fokozza öntudatát és emberi méltóságérzetét, s lehetővé teszi számára, hogy sikeresen harcoljon a tőkés rend harácsoló tendenciái ellen."*

Napjainkban a Lenin által említett mindkét tényező többszörösen hat. A munkásosztály és a dolgozó tömegek legszélesebb rétegei új szükségleteinek alakulását a termelőerők általános fejlődése, a proletáröntudat növekedése, valamint erejének érzékelése egyaránt befolyásolja. A proletariátus helyzetére óriási hatást gyakorol a szocialista rendszer léte és fejlődése, valamint a szocializmus és a kapitalizmus közötti verseny.

Az említett átalakulások következtében a dolgozó tömegek szükségletei és kielégítésük foka közötti eltérés — emelkedő

* *Lenin:* Összes Művei. 1. köt. Kossuth Könyvkiadó 1964. 94. old.

reálbérek és növekvő fogyasztás mellett — sem csökken, hanem fokozódik. Élesen szembetűnő társadalmi ellentmondások és feszültségek jelentkeznek. Mindezt az egyenlőtlen jövedelemelosztás, valamint számos szociálpszichológiai tényező befolyásolja. Az erőszakos reklám, a fogyasztóval és szükségleteivel manipuláló kifinomult rendszer a kétségbeesés érzetét szüli mindazokban, akik nem rendelkezhetnek a reklámozott javakkal. A kapitalizmusnak az imperializmus idején tapasztalható élősdi jellege váltja ki az ideológiai felépítmény válságát. A nézeteknek és véleményeknek az a rendszere, amely a kapitalizmus kezdeti szakaszában arról próbálta a köztudatot meggyőzni, hogy a gazdagság és a magas életszínvonal a tőkés „erényeinek", szorgalmának, leleményességének, erőfeszítéseinek stb. a jutalma, elvesztette értékét. *Legnagyobb jelentőségű azonban a tömegek egyre általánosabb és az objektív valóságot tükröző azon felismerése, hogy a termelőerők elért fejlettségi szintjén létrejött lehetőségek és a társadalmi szükségletek kielégítési foka között egyre nő a szakadék.*

A tömegfogyasztási társadalommal és az általános jóléttel kapcsolatos elméletek apologetikus állításait megcáfolja az a körülmény, hogy még a leggazdagabb tőkés társadalmakban is kiterjedt nyomornegyedek léteznek. Az Egyesült Államokban hivatalos becslések szerint 1960-ban a családok kb. 17%-ának jövedelme az ezen időszakra megállapított létfenntartási minimum alatt volt. Az ilyen családok száma a mezőgazdaságban ugyanebben az időszakban 43%-ot tett ki.* (Hivatalos terminológia szerint ezek az ún. *„poverty stricken farms"*.) Az általános jólét tehát nem számolta fel a nyereséget és a nyomort.** A

* Lásd *G. L. Johnson:* The Modern Family Farm and its Problems, with Particular Reference to the United States of America. Economic Problems of Agriculture in Industrial Societies, London 1969. 237. old.

** Azért, hogy ne legyenek kétségeink afelől, mit is tartalmaz a „szegénység" fogalma a leggazdagabb tőkésország, az Egyesült Államok viszonyai között, P. A. Samuelson nyomán bemutatjuk a legalacsonyabb jövedelmű lakossági csoportok „fogyasztási modelljét".

„1. Létminimum (»bare subsistence«): mozilátogatás nélkül, gyakorlatilag hús, fogorvosi ellátás, újság nélkül, csekély ruházattal stb. 2. »Mi-

szegénység léte annál is érzékenyebben hat, mivel fennmaradása nem magyarázható sem a „természet fukarságával", sem a „javak ritkaságával".

A társadalmi lehetőségek és szükségletek közötti feszültségeket tanúsító másik tény a közösségi fogyasztás óriási mértékű elhanyagolása. A fogyasztási javak termelésének gyors növekedése mellett egyidejűleg sok kielégítetlen szükséglet van, amely főleg az oktatás és nevelés, az egészségvédelem területén, a városi és a falusi lakásépítkezéseknél, a közszállításoknál, a kulturális intézmények fejlesztésében stb. érezhető.* Ezeknek a társadalom legszélesebb rétegei számára oly rendkívül jelentős területeknek az elhanyagolása meggyőzően bizonyítja, hogy a kapitalizmus képtelen a termelés és a fogyasztás problémáit az emberi érdekeknek megfelelően megoldani.

A társadalmi fogyasztás egész modelljére rányomja bélyegét az a körülmény, hogy a termelés a profit maximálására irányuló törekvéseknek van alárendelve. A társadalmi fogyasztás általában véve a következőképpen megy végbe: sorrendben először az ún. alapvető szükségleteket, majd pedig a szárma-

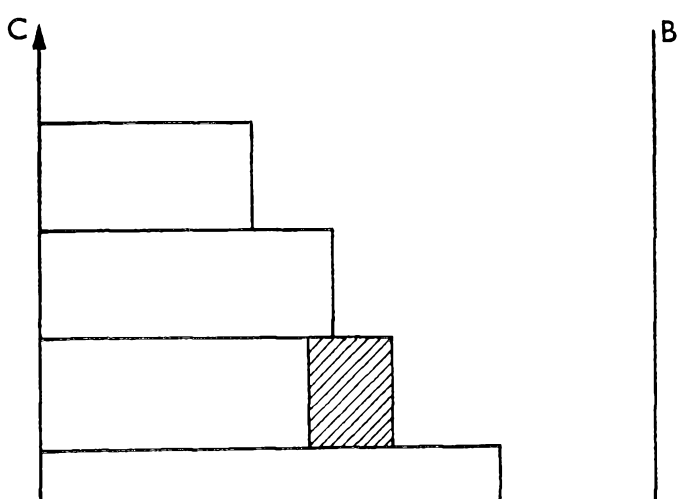
nimum health and decency«: minimális egészségügyi ellátás és társadalmi pozíció: mozilátogatásra és bizonyos alkalmakkor pihenésre, néha olcsóbb húsféleségekre, bizonyos fokú orvosi és fogorvosi ellátás biztosítására fordított kiadások."

„Az első csoportba tartozó családok költségvetését — írja Samuelson — 1955-ben 2300 dollárra becsülhetjük. (4 tagú család évi költségvetéséről van szó. — *A szerző* megjegyzése.) Az 1955. évi statisztikai adatok vizsgálata alapján a lakosság 20%-a még ezt a szintet sem érte el, 30%-a pedig 3200 dollárnál kevesebbet, azaz a második csoportba tartozó családok költségvetési nagysága alatt keresett." (*P. A. Samuelson:* Economics; An Introductory Analysis. 62. old.)

* P. A. Baran és P. M. Sweezy, neves amerikai közgazdászok szerint 1960-ban az Egyesült Államokban az oktatásügyre fordított össz kiadások (közös és magánalapokból egyaránt) 23,2 milliárd dollárt tettek ki, ugyanakkor gépkocsik vásárlására és fenntartására több mint 37 milliárd dollárt fordítottak. A reklámkiadások az ország valamennyi felsőoktatási intézménye költségvetésének háromszorosát tették ki. (Lásd *P. A. Baran—P. M. Sweezy:* Kapital monopolistyczny. Szkice o amerykańskim systemie gospodarczym i społecznym. Varsó 1968.)

1. ábra

A SZÜKSÉGLETEK HIERARCHIÁJA ÉS KIELÉGÍTÉSÜK FOKA



zékos vagy „felsőbbrendű" szükségleteket elégítik ki, amelyek köre az életszínvonal emelkedésének mértékében szüntelenül bővül. Állításunkat az 1. ábra szemlélteti.

Az AB vonal jelenti a szükségletek abszolút kielégítésének állapotát. Az egyes téglalapok a szükségletek kielégítettségi fokát ábrázolják; minél magasabban helyezkedik el a derékszög, annál felsőbbrendű az adott szükséglet.*

A társadalmi fogyasztás természetes fejlődését rendszerint az

* Az ábra és a hozzá fűzött magyarázat nem értelmezhető szó szerint. Nehéz volna azt feltételezni, hogy valamennyi társadalmi szükséglet hierarchikusan egymás alá helyezhető. Csupán azt az intuitíve kétségtelennek tűnő tézist kívántuk illusztrálni, miszerint az egyén és a társadalom fejlődése számára bizonyos szükségletek kielégítése fon-

egyidejűleg két irányban — az OA és OC irányában — végbemenő elmozdulás jelenti.

A mai tőkés társadalomban tehát számos olyan jelenségre mutathatnánk rá, amely a folyamat deformáltságát bizonyítja. A nagy korporációknak a piacra és az életstílusra gyakorolt óriási befolyása következtében számos felsőbbrendű cikkre fordított kiadás — áremelkedések vagy jövedelemcsökkenések idején — jóval kisebb mértékben csökken, mint a legelemibb emberi szükségletek kielégítésére fordított kiadás. Az előbbiekben ismertetett fogyasztási piramison tehát jellegzetes behorpadások keletkeznek (az Egyesült Államokban pl. a gépkocsi szükségszerű, a gyógykezelés viszont luxus).*

A mai kapitalizmusban tehát a termelés—fogyasztás ellentmondása speciális aspektusban jelenik meg. Kiderül, hogy ab-

tosabb, mint másoké. Az elsődleges és másodlagos szükségletek különválasztása egyébként általánosan elfogadott a pszichológiában. Kétségünk csak akkor támad, ha az ún. másodlagos szükségletek rendezése kerül szóba. Vizsgálódásaink értelme szociológiai szempontból mégis eléggé természetes. Például D. McDonald, amerikai szociológus, erre vonatkozóan azt írta, hogy Amerikában van a legjobban öltöztetett nyomor, amit a világ valaha is látott. Sokkal könnyebb rendesen öltözködni, mint rendes lakáshoz, élelemhez vagy orvosi ellátáshoz jutni.

* A vevők körében tartott ankétok és közvéleménykutatás bizonyítja, hogy a vásárlók nagyon is tisztában vannak fogyasztási struktúrájuk deformáltságával. A Német Szövetségi Köztársaságban 1960-ban tartott ankét például kimutatta, hogy a hivatalnokok táplálkozása sok kívánnivalót hagy maga után. E jelenség oka nemcsak az alacsony jövedelmekben, hanem a tartós fogyasztási cikkekre fordított kiadásokban is rejlik („... mosógépet lehet részletre vásárolni, élelmiszereket azonban nyilvánvalóan nem"). Franciaországban sok fiatal házaspár, miután gépkocsit vett magának, döntését irracionálisnak tekintette és azzal indokolta, azért nem tudott lakást venni, mert az túlzottan drága (ezek az 1959. évi kérdőívek eredményei). Az Egyesült Államokban az óriási személygépkocsi-állomány ellenére a lakosság jelentős része növekvő közlekedési gondokra panaszkodik. A munkahely és a lakóhely közötti nagy távolságok miatt egy kocsi nem elég a családi igények kielégítésére, a tömegközlekedési hálózat pedig egyre jobban összezsugorodik, a parkírozóhelyek hiánya és az utakon tapasztalható nagy forgalom egyre több gondot okoz.

ban a társadalomban, amelyre a termelőerők viszonylag magas fejlettségi szintje és a szükségletek széles köre jellemző, a lakosság tekintélyes része nincs olyan helyzetben, hogy egyes elemi szükségleteit megfelelő módon elégítse ki. *Megállapítható tehát, hogy határozottan deformált a fogyasztás, következésképpen helytelen a termelési tényezők allokációja.*

Az erőforrásoknak a piacgazdaságban történő allokációja ahhoz vezet — emeli ki A. C. Pigou —, hogy a termelés nagy részét „a gazdagok szeszélyeinek kielégítésére kell fordítani [...], amikor egyidejűleg az emberek jelentős része rosszul táplált, rosszul öltözött és rosszul képzett, valamint nem megfelelő körülmények között lakik."*

Az előző fejezetben már írtunk azokról a kutatásokról, amelyeket a fogyasztó „manipulálása" leghatékonyabb technikáinak kidolgozása céljából folytatnak. Koránt sincs azonban arról szó, hogy ezek ugyanazok, csupán ötletesebb és tudományosan megalapozottabb pszichotechnikai eljárások. A kérdés sokkal szélesebb körű.

1. A korporációk hatalmas pénzeszközökkel rendelkeznek, ezért olyan összegeket tudnak reklámra fordítani, ami nehezen lett volna elképzelhető a kapitalizmus korábbi fejlődési szakaszában. Az eladás — mint ahogy a közgazdászok rámutatnak — ma épp oly fontos, mint a technika. Az eladó és a reklámfőnök presztízse azonos a mérnök és a tervező presztízsével.

2. A műszaki fejlődés eredményeként a tőkések a közvélemény tömeges befolyásolására rendkívül hatásos eszközökhöz jutottak, amelyeket vevők toborzására használnak fel.

A reklám mindenhatóvá vált és mindenütt jelen van, minden oldalról körülzárja a fogyasztót, szüntelen nyomást gyakorol rá, kihasználja gyengeségeit és komplexusait, belső kényszert alakít ki benne, amelyet nem képes leküzdeni, amikor a szükségletei kielégítését szolgáló javak között választania kell.

3. A fogyasztói hajlam, ízlés, vágyak és szokások alakítása az egyéni érdekeknek és a profit maximálására irányuló törek-

* *A. C. Pigou:* Socialism versus Capitalism. VII. kiadás, London 1949. 20. old.

vésnek van alárendelve. A fogyasztókra gyakorolt nyomás nemcsak az általuk vásárolt áruk megválasztására terjed ki, hanem bizonyos *szükségleti hierarchiát* is ráerőszakol a vevőre. E hierarchiát a legnagyobb profitot biztosító termékek jelölik ki. Bizonyos új termelési ágak fejlődése megfelel a reális szükségleteknek, egyidejűleg azonban el is torzítja e szükségleteket, mivel eltereli a figyelmet azok valóságos tárgyáról (pl. a tartós fogyasztási cikkek iránti szükséglet valóságos szükséglet, óriási azonban a „mechanikus játékszerek" — „gadgets" — tömege, amiknek semmi közük a fejlődéshez és amiket kizárólag az utánzási hajlam következtében vásárolnak).

4. A vevőt *de facto* megfosztják az ésszerű választás lehetőségétől. Az ellentmondó szuggesztiók hatása alatt — az egymással konkurráló cégek reklámjaitól hipnotizálva és meggyötörve, a felkínált áruk állítólagos előnyeit hirdető hazugságokkal szüntelenül táplálva — a vevő minden orientációját elveszti. A termelési folyamatok messzemenő racionalizálása tehát a fogyasztási szféra irracionalizmusának elmélyülésével párosul.

E körülményeknek fontos gazdasági, társadalmi és kulturális következményei vannak.*

Gazdasági szempontból ki kell emelni, hogy a piaci „manipulálással" együtt járó *pazarlás szervezett jellegű, és eddig soha nem tapasztalt méreteket ölt.*

1. A reklámköltségek gyorsan emelkednek. Az Egyesült Államokban a reklámra fordított kiadások 1943-ban 2130 millió dollárt, vagyis a nemzeti jövedelem 1,3%-át tették ki, 15 évvel később pedig elérték a 10 100 millió dollárt, tehát a nemzeti jövedelem 2,5%-át.**

2. Tekintélyes eszközöket és nagy szellemi erőfeszítést igényel a fogyasztási modell állítólagos tökéletesítése és módosí-

* „A műszaki fejlődés és az anyagi kényelem bizonyos emelkedése — írja C. S. Muilworf — az emberi fejlődés benyomását kelti, holott a valóságban — ha az emberi lehetőségek valamennyi területét figyelembe vesszük — az ember megnyomorodott." (*C. S. Muilworf:* L'Homme moderne malade de la crise. Recherches Internationales, 35—36. sz. 276. old.)

** Lásd *D. M. Keerer és mások:* New Forces in American Business. New York 1959. 102. old.

tása, az adott termékek külsejének megváltoztatása pusztán azért, hogy elhitessék a vevővel: új, jobb minőségű áruval van dolga. Így tehát az új javak özönét bőven táplálják látszólagos újdonságok.

A csecsebecsék és divatcikkek szüntelen áradatából gyakran csak nagyon keveset nevezhetnénk lényegesen jobbnak (de lehet, hogy a minőség még romlott is), ezeket azonban az ügyes reklám és más tömegbefolyásolási eszközök segítségével rendkívüli fejlődésként tüntetik fel.* Az ezzel kapcsolatos kiadások össztársadalmi szempontból a termelés „faux frais"-jét alkotják.

3. Számos tartós fogyasztási cikk kereslete annak következtében nő, hogy reklám segítségével mesterséges elégedetlenséget keltenek a fogyasztóban a már meglevő javaival szemben. Ez az elégedetlenség mesterséges, mivel a javak fizikai, műszaki állapota kifogástalan. „A Madison Avenue embereinek épp az a feladatuk, hogy azt tegyék, amit szaknyelven a »pszichikai elavultság megteremtése« néven ismerünk. Bámulatba ejtő, milyen kitűnően tudják e feladatukat ellátni. Így pl. — írja V. Packard — 1957-ben az amerikaiak millióit tették elégedetlenné azzal, hogy nincs »fecskefarkú« gépkocsijuk (új divat)**.

A mai kapitalizmus nem elégszik meg a vevőtoborzással, tevékenységét nem korlátozza csupán arra, hogy a vásárlókat rábeszélésre és manipulálásra alkalmas tárggyá változtassa. A reklám szoros összefüggésben áll a tömegek ideológiai befolyásolásával. Az ipari rendszer nagymértékben a televíziós reklámtól függ. *A rendszer szolgáltatja a javakat, a reklám pedig eszköz a rendszer presztízsének erősítésére.* A reklám — miközben megerősíti az áruk arányát és jelentőségét a társadalmi értékrendszerben — árukultuszt teremt.*** Komoly befolyása

* Lásd *K. W. Rotschild:* A Note On the Long-Term Planning on New Industrial Developments. On Political Economy and Econometrics. Essays in Honor of Oskar Lange. Varsó 1964. 529 old.

** *V. Packard:* The Growing Power of Admen. The Atlantic, 1957. augusztus.

*** Lásd *J. K. Galbraith:* Az új ipari állam. Közgazdasági és Jogi Könyvkiadó 1970. 248—250. old.

van a reklámnak az egész „entertainment business"-re, vagyis a szórakoztató iparra, megrendeli a rádió és a televíziós programok nagy részét, népszerű képes folyóiratokat finanszíroz stb. E széles skálájú „kulturális-szórakoztató" tevékenységnek a hatása korántsem semleges. Meghatározott irányban tereli a társadalmi tudatot, kihat az emberek életstílusára és jellemére.

Nem arról van szó, hogy a fogyasztó pl. egy új típusú gépkocsi vagy új tisztítószer hiányát érzi, hanem arról, hogy az ember kezdi azt hinni, hogy neki az a cikk szükséges és azt kell megszereznie. „Az ipari rendszer" ily módon az embert olyan gazdasági kényszerfolyamatba vonja be, amely most sem működik eredménytelenebbül, mint amikor arról volt szó, hogy az ember alapvető életszükségleteit elégítse ki. A munkásnak vagy szellemi dolgozónak fokoznia kell erőfeszítéseit, keresnie és fáradoznia kell, hogy lépést tudjon tartani a modern technika növekvő követelményeivel, s hogy egyúttal *csökkentse* a demonstratív hatások által gyakran mesterségesen kiváltott *feszültségeket.* Megváltozik a szükségletkielégítés fokának „társadalmi mércéje".

„Egy ház lehet nagy vagy kicsi — írja Marx —, amíg a környező házak szintén kicsik, kielégít minden társadalmi igényt, amely egy lakással szemben támasztható. De ha a kis ház mellett palota emelkedik, a kis ház kunyhóvá zsugorodik [...]. Jóllehet a munkás élvezetei fokozódtak, csökkent az élvezetek nyújtotta társadalmi kielégülés, a tőkés meggyarapodott, a munkás számára elérhetetlen élvezeteihez viszonyítva, egyáltalában a társadalom fejlődésének állásához viszonyítva. Szükségleteink és élvezeteink a társadalomból fakadnak; tehát a társadalmon mérjük őket, nem kielégítésük tárgyain. Mivel társadalmi természetűek, viszonylagos természetűek."*

A „fogyasztói civilizáció" által kialakított értékrendszer, a társadalmi presztízsnek a fogyasztási színvonaltól való függése nemcsak tárgyi fetisizmust szül, elsorvasztja az emberek közötti kapcsolatokat és terméketlenné teszi a kultúrát, hanem megteremti a társadalmi elidegenedés feltételét is. *E rendszer azt*

* *Marx—Engels:* Válogatott művek. I. köt. 91. old.

követeli, hogy az embereket ne aszerint értékeljük, amit a társadalomnak adnak, hanem annak alapján, hogy mit képesek abból a maguk számára kiszakítani. Ez a rendszer tehát a rablószellemre és az agresszivitásra apellál. Megsemmisíti a termelési és a fogyasztási folyamatban részt vevő embert. A gyilkos munkatempóval és a kizsákmányolás fokozódásával együtt jár a munkás mint fogyasztó manipulálása és az a törekvés, hogy a kapitalizmus értékrendszerét a munkásra kényszerítse. E rendszer különféle mágikus hatásokból és mítoszokból tevődik össze. Ezek közül a legveszélyesebb a tárgyak bűvös hatása és az a mítosz, hogy a termelés az emberi célok figyelembevétele nélkül is pompásan fejlődhet, a tömeges pazarlás, és a fegyverkezési hajsza pedig ugyanolyan jól szolgálhatja a „jóléti társadalmat", mint a társadalom valódi szükségleteinek kielégítése.

A tudományos-technikai forradalom következményei a társadalom gazdasági szervezettségétől függően alakulnak. Maguk a szociológusok is gyakran kifejtik azt a nézetüket, hogy a Nyugat a legmélyebb válsággal küzd; ezt az a civilizáció idézte elő, amelyben az anyagi javak elosztása túlságosan egyenlőtlen és amelyben e javak mennyiségi növekedése nem az ember tényleges szabadságát, hanem leigázását eredményezi. „A fogyasztói civilizációt" még néhány hivatalos kormánydokumentum is megkérdőjelezi. Az ezzel kapcsolatos vélemény pl. Franciaország IV. gazdasági tervében (1962—1965) a következő: „Azt lehetne hinni, hogy a fogyasztói társadalom — amelyben lényeges szerepet játszanak az amerikai élet bizonyos, magában az Egyesült Államokban is éles bírálókra talált aspektusai — *à la longue* lényegtelen, jelentéktelen szükségletek kielégítésére áll rá, ami nyugtalanságot és kétségbeesést szül. A növekvő árubőséget perspektívában kétségtelenül a kevésbé egyoldalúan megfogalmazott emberi koncepció szolgálatába kellene állítani."* Nem kevésbé jellemző annak az ún. 1985-ös csoportnak az állásfoglalása sem, amelyet a francia távlati terv előkészítése céljából hoztak létre. „Az egyén inkább a reklám

* IV. Plan. I. köt. Párizs 1962. 17. old.

sugalmazta áruminták, mintsem a javak használati értékének hatására válik fogyasztóvá, alárendeltje a jövedelmi, foglalkozási, birtoklási hierarchiának . . ."*

Az ún. fogyasztói civilizációhoz való alkalmazkodásnak nagy elméleti jelentősége van. Bennünket mindenekelőtt azok a kérdések érdekelnek, hogy a gazdaságilag legfejlettebb tőkésországokban tapasztalt fogyasztási minták: *a)* általános érvényűek-e adott fejlettségi szintet elérő társadalmakban, *b)* alkalmasak-e arra, hogy azokat más országok is átvegyék? Eddigi fejtegetéseink fényében úgy látszik, hogy a két kérdésre adandó válaszunk világos. A „bőség és a tömegfogyasztás társadalmáról" szóló elmélet apologetikus jellege szintén egyértelműen kirajzolódik.

Ezzel kapcsolatban emlékeztetnünk kell még a problémák egy másik vonatkozására is, ami igen lényeges a nemzetközi munkásmozgalom szempontjából. Arról az integrációról van szó, amely a magas termelékenység és a növekvő életszínvonal talaján a munkásosztály és az „ipari rendszer" között állítólag bekövetkezik. E nézet propagálásában a fő szerepet H. Marcuse elméleti művei játszották. Nagyon kritikusan tekint a fogyasztói társadalomra és a civilizációnak arra a formájára, amelyet az „ipari rendszer" hozott létre. Megbélyegzi az áljólét utáni hajszát, az emberek manipulálását, a rendszer irracionalizmusát. Rámutat arra, hogy olyan agresszív ösztönök szabadulnak fel, amelyeket ez a rendszer „termelően" igyekszik felhasználni (militarizáció, fegyverkezési verseny, államok közötti versengés), a művészet degradálódik (reklám, kommersz filmek), a munka elidegenedési folyamata pedig elmélyül.

A kétdimenziós gondolatvilág — amelyben az „ami van" és az „aminek lennie kell" között van dialektikus feszültség — az egydimenziós gondolatvilágnak adja át helyét, amelyben a dolgok csak azok, amik. Az egydimenziós gondolkodásmódon alapuló társadalom csupán azokból tevődik össze, akik és akikkel „manipulálnak", e társadalom elvesztette teljes kritikai érzékét, lényegében azonos ideológiai alapon áll. Az ipari társada-

* Réflexions pour 1985. Párizs 1964. 35. old.

lom — a jólét, a munkaképesség és a termelékenység révén — hatalmában tartja az embereket és mindennap kifejezést ad e hatalom abszolút voltának. „Ha a munkás és a vállalkozó ugyanazt a televíziós műsort nézi, [...] ha egy néger Cadillacet vett magának, ha a vállalkozóval azonos újságot olvas, akkor ez az asszimiláció a legkevésbé sem jelenti az osztályok eltűnését. Ellenkezőleg, azt mutatja meg, hogy az elnyomott osztályok milyen mértékben vesznek részt azokban a szükségletekben és élvezetekben, amelyek az uralkodó osztályok uralmának fenntartását biztosítják."* Marcuse mindebből azt a tanulságot vonja le, hogy „azok a társadalmi csoportok, amelyeket a dialektikus elmélet a tagadás erőivel azonosít, vagy megbuktak, vagy belenyugodtak a fennálló rendszerbe".**

Jellemző, hogy hasonló következtetésekre jut J. K. Galbraith is, aki szerint a konfliktusokhoz vezető ellentétek helyére egyre inkább az összetartozás tendenciája kerül.

Marcusehoz hasonlóan ő is a munkásosztályon kívül keresi azt az erőt, amely képes szembeszegülni a fennálló renddel. A tagadás erejét Marcuse a kitaszítottakban, a „harmadik világ" népeiben látja, Galbraith pedig a diákokra és az értelmiségiekre utal. Marcuse hangsúlyozza az új „antropológia" szükségességét, vagyis azt, hogy az egész szükségleti rendszert alapjaiban forradalmasítani kell. Galbraith pedig úgy véli, hogy az „establishment" ellen fellépő autentikus mozgalomnak el kell vetnie az uralkodó politikai, gazdasági és társadalmi nézeteket, és új életformákat kell kialakítania. Marcuse és Galbraith nézeteinek hasonló volta nyilvánul meg akkor is, amikor — az ipari társadalom fogalmának bevezetésével — a fejlett tőkésországokra vonatkozó általánosításaikat megkísérlik a szocialista országokra is kiterjeszteni. Ez a hasonlóság nem véletlen. Abból ered, hogy a jelenlegi fejlődési szakaszban általában épp ez az iránya a tőkés, antikommunista kritikának.

* *H. Marcuse:* Der eindimensionale Mensch. Studien zur Ideologie der Vorgeschrittenen Industriegesellschaft. 1962. 103. old.

** *H. Marcuse:* Előszó a „Reason and Revolution, Hegel and the Rise of Social Theory" (Boston 1960.) c. műhöz. XIV. old.

Marcuse „kritikai elméletének" gyakorlati szerepe nyilvánvaló. Táptalajul szolgál mindazoknak a baloldali-radikális csoportoknak, amelyek szétbomlasztják a *valódi ellenzéket és az állammonopolista kapitalizmus ellen fellépő reális társadalmi erőket egyesítő frontot.* Ezért vált ki tehát ez az elmélet annyi vitát és polémiát.

Jellemző erre az elméletre, hogy — *nagy hangon reklámozott „kriticizmusa" mellett — figyelmen kívül hagyja a mai kapitalizmus alapvető ellentmondásait.* Marcuse (Galbraith-hoz hasonlóan) — a kapitalizmus értékrendszere elleni harca során — kritika nélkül elfogadja a bőség társadalmának mítoszát. Mint már említettük, e mítosz — a többihez hasonlóan — a valóság torzképe. Marcuse nagy figyelmet fordít arra, hogy a tőkések a szükségletekkel manipulálnak. Ez kétségtelenül lényeges kérdés. Megkerül azonban számos olyan problémát, ami a termelés és a fogyasztás kiéleződő ellentmondásával kapcsolatos. „Marcuse csupán a konfliktusok eltűnése és elkendőzése, nem pedig kiéleződésük és elmélyülésük szempontjából elemzi a manipulálást. Igaz, Marcuse számos helyen beszél arról, hogy a műszaki fejlődés óriási lehetőségei egyre inkább ellentmondásba kerülnek represszív kihasználásukkal és alkalmazásukkal. Egyidejűleg azonban Marcuse úgy véli, hogy az értelmiségnek csupán kis része képes reagálni erre az elidegenedési folyamatra. Ebből ered az a tény, hogy Marcuse (vagy nagyon határozatlan módon teszi) a szükségletekkel való manipulálást, az »egydimenziós« gondolkodást nem hozza összefüggésbe (...) e jelenségek társadalmi-gazdasági gyökereivel, a termelési eszközök tőkés tulajdonával; nem vizsgálja realizálásuk valamenynyi formáját..."*

* *E. D. Ulle:* Kriticseszkije zamjetki k szocialnoj filozofii Herberta Marcuse. Voproszi filozofii, Moszkva 1968. 9. sz. 84. old.

Marcuse szerint a munkás tudatát az a tény formálja, hogy van-e gépkocsija, televíziója, hűtőszekrénye stb. Nem vizsgálja meg viszont az osztályharc azon új jelenségeit, amelyek cáfolják a tömegek forradalmi tudatának alakulására vonatkozó leegyszerűsített nézeteket. (Franciaországban és Olaszországban a sztrájkmozgalom élén a munkásosztály azon rétegei állnak, amelyek jóval többet keresnek, mint a többi mun-

2. A FOGYASZTÁS ÉS A FOGYASZTÁSI STRUKTÚRA PROBLÉMÁINAK AKTUÁLIS JELENTŐSÉGE A SZOCIALISTA ORSZÁGOKBAN

A szocializmust támadó, liberális polgári közgazdászok szüntelenül azt az állításukat ismételgetik, hogy a szocialista gazdaságban a társadalom tagjainak azzal kell fizetniük a gazdasági válságok kiküszöböléséért, hogy fogyasztás területén lemondanak választási szabadságukról. E vádakra válaszolva rendszerint Marx azon ismert tételére szorítkoztunk, amely szerint a termelés megtermeli mind a fogyasztás tárgyát, mind a fogyasztás módját, mind pedig a fogyasztás törekvését.*

Ezt a kétségtelenül helyes tézist kiegészítettük azzal a — gyakran helytelenül értelmezett — másik tétellel, amely szerint a fogyasztás egyáltalán nem tartozik a politikai gazdaságtan vizsgálódási körébe. A marxi szöveg hibás értelmezése abból fakadt, hogy sokan magának a fogyasztásnak a mozzanatát — ami iránt önmagában a gazdaságtan valóban nem ér-

kás.) Marcuse a munkásosztály szerepére vonatkozó általánosításait csak az amerikai munkás életstílusának és mentalitásának felületes megfigyelése alapján fogalmazza meg anélkül, hogy mélyebben tanulmányozta volna az Egyesült Államokban és a többi tőkésországban folyó forradalmi mozgalmakat. Nincs tehát semmi különös abban, hogy „a társadalom kritikai elméletében nincs olyan fogalom, amelynek segítségével hidat lehetne verni a társadalom jelenét és jövőjét elválasztó szakadék fölé. Ez az elmélet nem ígér semmit, és mivel nem is ért el semmit, hű marad azokhoz, akik reménytelenül a Nagy Tagadásnak áldozták és áldozzák fel életüket." (*H. Marcuse:* Reason and Revolution, Hegel and the Rise of Social Theory. 267. old.)

* A lengyel közgazdasági irodalomban elsőként E. Lipiński hívta fel a figyelmet a fogyasztás és a használati érték kérdésének jelentőségére a szocializmus politikai gazdaságtana szempontjából. „A szocialista gazdaságban — írta Lipiński 1948-ban —, ahol a termelés célja a társadalmi szükségletek közvetlen kielégítése, nem pedig — mint a kapitalizmusban — a tőkés profit, a használati érték, *a szocialista gazdagság*, a jólét problémái új jelentést nyernek, és éppen ezért nemcsak az áruismeret szemszögéből vizsgálják őket." (*E. Lipiński:* Teoria ekonomii i aktualne zagadnienia gospodarcze. Varsó 1961. 47. old.)

deklődik — azonosították a fogyasztásnak és a szükségletek alakulásának az újratermelési folyamatban játszott szerepével. Hangsúlyozni kell, hogy ez a felfogás a marxi elméletből egyáltalán nem következett. Ezt inkább azokkal a sajátos feltételekkel lehet megmagyarázni, amelyek a szocialista országokban az iparosítás idején alakultak ki.

Az utóbbi tízegynéhány év alatt az erre vonatkozó nézetek jelentős fejlődésen mentek keresztül. Az európai szocialista országok most térnek át az extenzív gazdálkodási módszerekről az intenzív módszerekre: egyes országok mélyrehatóbb változtatásokat kívánnak megvalósítani a népgazdaság szerkezetében. A termelés tárgyi és emberi erőforrásainak lehető leghatékonyabb kihasználását az intenzív gazdálkodás jelenti, ami kétféle módon kapcsolódik a fogyasztáshoz. Először: a gazdaságosság elvének alkalmazása a célok adott eszközök melletti maximálását szolgálja, a szocializmusban pedig a termelés végső célja mindig a fogyasztás. Másodszor: a rendelkezésre álló eszközök maximális kihasználása az emberektől és munkájuk eredményében való érdekeltségüktől függ. Az intenzív gazdálkodási módszerek alkalmazásához tehát az szükséges, hogy a dolgozók tisztán lássák a termelés céljait, azokat sajátjuknak tekintsék, egyéni céljaik pedig az össztársadalmi célokkal essenek egybe.

A gazdasági szerkezet változásai két alapvető feladatot helyeznek előtérbe:

— a fő hangsúlyt azoknak a kiválasztott termelési ágazatoknak a fejlesztésére kell helyezni, amelyek az egész népgazdaságra dinamizáló hatást gyakorolnak és amelyek a műszaki fejlődés hordozói,

— ki kell használni a nemzetközi munkamegosztásból származó előnyöket, mindenekelőtt a többi szocialista országgal folytatott gazdasági együttműködés kibővítése révén.

Mindkét probléma összefügg a fogyasztási szerkezet változásaival. Először: a termelési és a külkereskedelmi struktúrát nem lehet elszakítani a belső piac szükségleteitől. Másodszor: nemcsak a gazdasági növekedést dinamikusabbá tevő iparágak léteznek, hanem a gazdasági növekedést dinamizáló fogyasztá-

si irányok is. Vagyis egyes szükségletek dinamikus jellege erőteljesen ösztönzi a fejlesztést, a korszerűsítést, a termelés minőségének javítását. Mindez a termelés és a fogyasztás kölcsönös kapcsolatát bizonyítja, amit Marx oly erősen hangsúlyozott.

E problémának van még egy másik fontos vonatkozása is. A gazdasági fejlődés új szakasza valamennyi szocialista országban szükségszerűen napirendre tűzte a tervezési-gazdaságirányítási módszerek mélyrehatóbb reformját.

A gazdasági reformról folyó vitákban az összes európai szocialista országban az a kérdés foglalta el az egyik fő helyet, hogy a termelést milyen működési mechanizmuson keresztül igazítsák a társadalom fogyasztási szükségleteihez. A fogyasztási modell problémája egyre élénkebb érdeklődést kelt a közgazdászok között. Az utóbbi időben megjelent ezzel kapcsolatos művek általában a következő három problémával foglalkoznak:

— az egyes országok fogyasztási szerkezetének elemzése;

— a piackutatást szolgáló ökonometriai módszerek alkalmazása és tökéletesítése;

— egyes cikkcsoportok fogyasztására vonatkozó prognózisok készítése.

Mindegyik kutatási irányzatnak kétségtelenül fontos gyakorlati jelentősége van. A kérdést azonban ezzel még korántsem merítettük ki. Úgy gondoljuk, e probléma az eddigieknél jóval bővebb elméleti feldolgozást is igényel. Annál is inkább szükség van erre, mert a múltban ezt a kérdést egyoldalúan, leegyszerűsítve kezelték. A vita sok részvevője számára a társadalom szükségleteihez jobban igazodó termelési struktúra kialakítása azt eredményezi, hogy a termelés rugalmasabbá válik, jobban kapcsolódik a piachoz és meggyorsul a termelők reakciója a kereslet változásaira. Véleményünk szerint e problémát jóval szélesebb körben kell vizsgálni. A fő kérdés itt a társadalom gazdasági szervezete és a szocializmus céljai közötti kapcsolat. A közgazdaságtan hagyományos kérdései tehát — a gazdasági racionalizmus, a termelékenység, a működési mechanizmusok stb. problémái — új viszonyítási rendszerben jelentkeznek. Más megvilágításba kerül a termelési folyamat ered-

ményeinek értékelése is, amely eredmények végső soron a *szélesen* értelmezett társadalmi fogyasztást befolyásolják.

A szocialista termelés célja — a társadalom szükségleteinek maximális kielégítése — nemcsak a termelés szakadatlan fejlesztését és tökéletesítését, hanem magának a fogyasztási szférának a racionalizálását is feltételezi. Az empirikus vizsgálatok — mint ahogy már megállapítottuk — bizonyítják, hogy az egyéni fogyasztó *ex natura* nem racionális. Felmerül tehát a kérdés, hogyan *ismerjük fel, fejlesszük és elégítsük ki a szocialista társadalom tagjainak tényleges szükségleteit, milyen módon biztosítsunk prioritást azoknak a fogyasztási irányzatoknak, amelyek életünket gazdagítják és a személyiség, valamint az egész társadalom — mint szervezett közösség — sokoldalú fejlődését szolgálják.*

A termelőerők fejlődése bővíti a gazdasági időhorizontot. Ezáltal nő a távlati tervezés jelentősége. Gazdasági körzetek, városok és települések fejlesztésének, a természeti kincsek kiaknázásának, a kommunális gazdálkodás fejlesztésének, komplex infrastrukturális beruházások, a gazdasági szerkezet változásainak, valamint a szakemberképzés és az alapvető tudományos kutatások megtervezéséhez jóval hosszabb időszakokra van szükség, mint az eddigi tervezésben döntő szerepet játszó ötéves időszakok. A gyors műszaki fejlődés ugyanakkor meggyorsítja a gépek és berendezések erkölcsi kopását, valamint jelentős változásokat eredményez a technológiai folyamatokban. Ez jelentősen megnehezíti azt, hogy a ráfordítások és azok eredményének viszonyát több évre előre láthassuk. A termelőerők gyors fejlődésének hatására rohamosan és alapvetően megváltozik a lakosság fogyasztási cikkek iránti kereslete is. Ez jelentősen növeli a tervezési bizonytalanságot, és arra késztet, hogy minimálisra rövidítsük le a gazdasági döntés és annak eredménye közötti időszakot. Rövid időszakokban a bizonytalanság kétségtelenül kisebb szerepet játszik, mint hosszú időszakokban (kivéve a gazdasági tevékenységnek azon szféráit, ahol véletlen folyamatok játszódnak le). Ezen egymásnak ellentmondó tendenciák érvényesülése teszi szükségessé, hogy a különféle problémákat eltérő időhorizontú terveken be-

lül oldják meg. Ez az egyik fő érv a folyamatos tervezés mellett.*

Ha ebben a megvilágításban nézzük a fogyasztás problémáit és a lakosság fogyasztói keresletének jobb kielégítési lehetőségeit, akkor megállapíthatjuk, hogy e területen is *koordinálnunk kell a hosszú és a rövid távú tevékenységeket.* A fogyasztási modell változásai — hasonlóan azoknak az anyagi feltételeknek a fejlődéséhez, amelyek bizonyos nagyon lényeges társadalmi szükségletek (pl. a lakásépítkezések) kielégítéséhez szükségesek — hosszabb időszakot igényelnek. A fogyasztási javak és szolgáltatások mennyiségi növelését, minőségi és szerkezeti javítását, valamint megfelelő elosztásukat a rövid és hosszú távú tervezésben egyaránt figyelembe kell venni.**

A fogyasztási modellel kapcsolatos vizsgálatok elhanyagolása azzal a veszéllyel jár, hogy

— a véletlen tényezők hatására fog alakulni és gyakran nem kívánt irányban,

— a távlati terv egésze nem felel meg az optimalitás követelményeinek.

A szükségletek, jellegük és kielégítettségük foka — mint ahogy Marx rámutatott — a termelés fejlődésétől függ. Ez azonban nem egyoldalú függés. A tervgazdálkodásban különösen veszélyes, ha elfeledkezünk e nyilvánvaló igazságról. A társadalmat nem a nyereségmotívum vezeti egyik vagy másik termék gyártásának megkezdésekor. A termelés célja ugyanis — ami a népgazdasági tervben fejeződik ki — a társadalom szükségleteinek lehető legjobb kielégítése. Úgy látszik, mintha bűvös körbe kerültünk volna. A termelés célja a szükségletek

* A folyamatos tervezés koncepciójának célja a távlati és a középtávú tervezés jellegének megváltoztatása. Elszakad attól a gyakorlattól, amely az összes tervfeladatot pontosan meghatározott rend szerint (általában ötéves) időhatárok közé zárta. A terveket állandóan aktualizálják és „időben kitolják". Így jobban koordinálhatók azok a tervek, amelyek megvalósításához hosszabb időszakokra van szükség.

** *M. Pohorille:* Cel produkcji w kapitalizmie i socjalizmie. Ekonomista, Varsó 1969. 4. sz.

maximális kielégítése, azok viszont a termeléstől függenek. Könnyen a termelésfetisizmus csapdájába eshetünk.

A termelésfetisizmus lényege az, hogy a termelés — amely tulajdonképpen a társadalmi szükségletek kielégítésének az eszköze — öncélúvá válik. Ez akkor válik igazán veszélyessé, ha hibás tervezési és irányítási módszerek alkalmazása esetén a termelés elmarad a piactól, ha a vállalatok kizárólag a termelési terv teljesítésében, nem pedig az előállított áruk értékesítésében érdekeltek.

A „termelésfetisizmus"-nak bizonyos értelemben fordítottja a „fogyasztói szocializmus". A „fogyasztói szocializmus" olyan gazdaságfejlesztési koncepció, amely a felhalmozás rovására abszolút elsőbbséget biztosít a folyó fogyasztásnak. Ez a koncepció hibás, mivel elszakítja a fogyasztást a termeléstől. Az ilyen politika a gazdasági fejlődésnek és ennek következtében a fogyasztás növekedésének is a lelassulását eredményezné. Magától értetődő, hogy a kommunista pártok mindig határozottan felléptek az ilyen koncepciók ellen. Az ilyen koncepciók elleni harc különösen az iparosítás kezdetén éleződött ki. Ebben az időszakban rendkívüli erőfeszítéseket kellett tenni a történelmi elmaradottság leküzdése céljából. A „nem szabad az áldozatok teljes terhét egy nemzedékre rakni" elvet hangoztató nézetekkel szemben folytatott polémia komoly szerepet játszott a társadalom előtt álló feladatok teljesítéséhez szükséges társadalmi erők és eszközök mobilizálásában.*

A szocialista országok ma a fejlődés más szakaszában vannak ugyan, mégsem szabad lekicsinyelni a „fogyasztási haj-

* Kifejezetten erre utalnak a Varsói Pártbizottság akkori megfelelő határozatai. „Figyelembe véve, hogy műszaki-gazdasági szempontból utol kell érnünk és el kell hagynunk a tőkésországokat, a Központi Bizottság Plénuma rámutat arra, hogy e feladatok megoldása csak az ipar fejlesztésének és általában az ország iparosításának feszített üteme, a párt, a munkás- és paraszttömegek maximális mobilizálása mellett lehetséges." (KPZR w rezolucjach i uchwalach, II. rész, Varsó 1957. 573. old.) E határozatok azonban mégsem egyoldalúan értelmezik a felhalmozást és a fogyasztást: „Amennyiben *a termelés és a fogyasztás* arányairól van szó — olvassuk a IV. kongresszuson elfogadott direktívákban —, akkor fi-

lam" veszélyét, és azt gondolni, hogy e probléma már csak a történelemé. A felhalmozás és a fogyasztás közötti optimális összhang továbbra is aktuális kérdés. A „fogyasztói szocializmus"-sal kapcsolatos koncepciókat elemezve azonban arra a következtetésre jutunk, hogy azok két új formában jelennek meg. Az egyik azon a meggyőződésen alapul, hogy a „fogyasztói civilizáció" általános érvényű, ezért tehát a legfejlettebb tőkésország fogyasztási mintái felé kell orientálódni. A másik felfogás a „piaci szocializmus" koncepciójával esik egybe; a fogyasztó piacgazdaságbeli állítólagos szuverenitásának mítoszát készpénznek veszi és azt hangoztatja, hogy a fogyasztók szükségletei csak akkor elégíthetők ki megfelelő módon (és általában a gazdasági rendszer csak akkor működhet hatékonyan), ha a piac és a piaci értékítélet szabályozza a termelési tényezőket.

A szocialista országok fogyasztási modelljének és a fogyasztás szerepének fordított értelmezése más formában is előfordul. Azokról a baloldali támadásokról van szó, amelyek a személyi fogyasztás növekedésében olyan „burzsoá" tendenciákat látnak, amelyek állítólag a kapitalizmus restaurációs folyamatát bizonyítják. E támadások szoros kapcsolatban állnak azzal az ultrabaloldali koncepcióval, amely szerint a mai világban a fő határvonal nem a szocialista és a tőkésországok között, hanem nemzetközi méretekben, a kizsákmányolt szegény országok és a gazdag államok, a falu és az ennek kárára meggazdagodott város között húzódik.

A mai világ ellentmondásokkal terhes. A jövedelmek és az

gyelembe kell venni, hogy nem lehet ennek is és annak is az egyidejűleg történő maximális nagyságú elérését előirányozni..., az ugyanis teljesíthetetlen feladat lenne; sem az adott időszakban jelentkező egyoldalúan értelmezett *felhalmozási szükségleteket*, ...sem az egyoldalúan értelmezett *fogyasztási érdekeket* nem lehet kiindulópontnak venni. Figyelembe véve e tényezők viszonylagos ellentmondását, egymásra gyakorolt kölcsönhatását és kapcsolatát — miközben a hosszabb távú fejlesztés szempontjából ezek az érdekek általában egybeesnek —, mindkét tényező optimális egyesítését kell kiindulópontként elfogadniuk." (Ugyanott, 488. old.)

életszínvonal tekintetében óriási feszültségek vannak a tőkésországok között és az egyes országokon belül. A marxizmus mindig az emberek és a népek közötti egyenlőségért harcolt. Ez azonban nem a kispolgári, hanem a proletár egalizmus. Feltárja az emberek közötti egyenlőtlenség okait és arra törekszik, hogy kiirtsa az ember ember általi kizsákmányolásának és elnyomásának gyökereit. Az éhes és a jóllakott népek mechanikus szembeállítása egymással — elszakítva a történelemtől és a társadalmi fejlődés törvényeitől — tehát tulajdonképpen a marxizmus karikatúráját jelenti.

A múltban a szocialista országok többsége is a gazdaságilag gyengén fejlett országok közé tartozott. A szocializmus tette lehetővé számukra, hogy kiszakadjanak a nyomorból és az elmaradottságból. Teljesen abszurd az a feltevés, hogy a szocialista társadalmak ennek következtében tőkés jellemvonásokat öltenek magukra. Minél dinamikusabbá válik a szocialista országok fejlődése, minél gyorsabban sikerül leküzdeniök a fejlődési nehézségeket és emelniük a lakosság életszínvonalát, annál vonzóbb lesz a fejlődés szocialista útja a tőkésországok dolgozó tömegei és a fejlődő országok népei számára. Ugyanakkor a fejlődő országok is nagyobb anyagi támogatást kaphatnak ahhoz, hogy csökkentsék gazdaságuk és a fejlett tőkésországok gazdaságának fejlettsége közötti szakadékot.

Az említett ideológiai viták nemcsak a fogyasztás szerepét, hanem annak modelljét is érintik. *A kapitalizmus és a szocializmus szembeállítása nemcsak két különböző társadalmi-gazdasági rendszer, hanem különböző életmódok, különböző fogyasztási modellek, különböző civilizációk szembeállítását jelenti.*

Annak révén, hogy a termelést a társadalmi szükségleteknek rendeljük alá — mint ahogy ezt a polgári közgazdászok teszik — nem juthatunk el a piaci mechanizmus problémájához és működésének esetleges korrigálásához. A termelés és a fogyasztás kapcsolatának vizsgálata bebizonyítja a polgári közgazdaságtan néhány alapelvének hibás voltát. Az „akadémikus közgazdaságtan" revíziójának szükségességét már hosszabb ideje sok közgazdász felismeri. Az „akadémikus közgazdaság-

tan" képviselői a mindig automatikus és végső fokon mindig jótékony, absztrakt mechanizmusok sematikus ismertetésében látták a „tudományos ismeret" legkifejezőbb megnyilvánulását. Ez az elmélet azonban figyelmen kívül hagyta az e mechanizmusokat meghatározó struktúrákat, az e struktúrák mögötti kényszert, a hatalmasok érdekében elhangzott hazugságokat a szabadságról, a gazdagság utáni vágynak feláldozott tényleges szükségleteket, a periodikusan ismétlődő egyensúlyhiányokat, a pusztító malthusianizmust és az alkotó újításokat, a demográfiai fejlődést és a lakosság elöregedését, a mentalitás és az intézmények fejlődését, vagyis mindazt, ami a közgazdasági „sejtanyag" alapját képezi. Ezek közül semmi sem fér el a piac és a csere szoros koordinátái között.* A közgazdasági ismeret ily módon kikerülte a valóság nemkívánatos területeit.**

A szocialista társadalomelméletnek foglalkoznia kell ezekkel a problémákkal, mivel megkerülésük esetén ez az elmélet csupán üres fecsegés lenne. Nem bizonyultak célravezetőnek a „tiszta közgazdaságtan" alapelvei, amelyek szerint a közgazdaságtudományt meg kell szabadítani a társadalom értékítéletétől, a célokat ki kell zárni és csupán a racionális gazdasági lépések meghatározásának tudományos módszerére kell szorítkozni. Ezen alapelvek helytelenek, mivel: *a)* a meggondoltságot és világos alapelveket nélkülöző „tiszta racionalizmus" szörnyű eredményekhez (pl. az emberölési költségek minimalizálására irányuló gazdaságossági számításokhoz) vezethet; *b) a társadalmi szükségletek és a gazdasági célok nem a társadalmi-gazdasági rendszeren kívül, hanem általa meghatározva jelennek meg;* c) a gazdálkodás hatékonyságát nem lehet csupán az egy lakosra jutó anyagi javak mennyiségével mérni, hanem *figyelembe kell venni mindazokat a viszonyokat, amelyek meghatározzák a termelés fejlődését, a társadalmi szükségleteket és kielégítésük módját.*

* Lásd *M. Piettre:* Histoire de la pensée économique et analyse des théories contemporaines. Párizs 1965. III. kiadás, 504. old.

** Lásd *F. Perroux:* Le Coût de l'homme. Economie Appliquée, 1952. 1. sz. 143. old.

A FOGYASZTÁSI MODELL

1. FOGALMA

A közgazdaságtanban a „modell" szó több értelemben használatos. Leggyakrabban az egymással kölcsönhatásban levő közgazdasági jelenségek szimbolikus ábrázolását nevezik így. Ez az ábrázolás kiterjedhet az egész közgazdasági rendszerre vagy annak egy meghatározott részére.* Néhány szerző még azt is állítja, hogy a jelenségek összefüggéseinek megmagyarázására irányuló minden elmélet a valóság meghatározott oldalának *de facto* modell-értelmezése.**

*A fogyasztási modell kifejezést használva az ideális fogyasztási minta elméleti koncepciójára, annak a társadalmi-gazdasági viszonyok adott rendszerében betöltött szerepére, funkcióira és meghatározottságára, valamint alakításának módszereire gondolunk.****

* Lásd *R. Stone, R. Jackson:* Economic Models with Special Reference to Mr. Kaldor's. The Economic Journal, 1940. 4. sz. *A. Marchal:* Économie politique et technique statistique. Párizs 1948. III. kiadás. 308. old.

** Lásd *W. S. Buckingham:* Theoretical Economic Systems. A Comparative Analysis. New York 1958. 14—15. old.

*** Korábbi műveimben, „Economia polityczna socjalizmu" (Varsó 1968. 3. köt.), valamint a „Le modèle futur de consommation dans la thèorie économique du socialisme" c. cikkemben (Scientia, Revue Internationale de Synthèse Scientifique, 1969. március—április), és e könyv

A fogyasztási minta (most tehát az adott, és nem a tervezett, ill. elvárt modellről van szó) legáltalánosabban úgy határozható meg, mint kialakult szokásoknak és ízlésnek megfelelő fogyasztási struktúra, ha a fogyasztást a legtágabban értelmezzük, tehát ha az a társadalom anyagi és szellemi szükségleteinek kielégítéséhez szükséges javakat és szolgáltatásokat egyaránt magában foglalja.

A valóság megfigyelése azt mutatja, hogy a lakossági kiadások struktúrája rövidebb időszakban viszonylag jelentéktelen mértékben változik. Egyes közgazdászok hangsúlyozzák, hogy a régi fogyasztási minta emléke még a szokásokat leginkább megváltoztató heves megrázkódtatások (háborúk, gazdasági válságok) idején is erősen él az emberekben, és komoly szociálpszichológiai szerepet játszik.* Ez a megállapítás azonban nem kielégítő. Arra a kérdésre kell választ adni, hogy a különböző áru- és szolgáltatáscsoportokra fordított kiadások közötti arányok milyen mértékben jellemzőek az adott fogyasztási struktúrára és mennyire véletlenszerűek. A véletlen és szükségszerű megkülönböztetése egyben az esemény és a struktúra megkülönböztetése is.**

A fogyasztási modell leírása bemutatja a fogyasztás fő irányait, az alapvető fogyasztási cikkek és szolgáltatások egyes csoportjai (élelmiszer, élvezeti cikkek, ruházat, tartós használati cikkek, lakás, közlekedés stb.) iránti igények közötti arányokat, valamint a társadalmi fogyasztás minőségi jellemzőit (az egyéni és közös fogyasztás arányát és a javak fogyasztásá-

további részeiben helyenként felváltva használom a fogyasztási modell és az (ideális) fogyasztási minta megjelölést. E fogalmakat nagyon nehéz volna pontosabban megkülönböztetni. W. Zastawny professzor felhívta figyelmemet arra, hogy az általam ismertetett modellkoncepció *tágabb*, mint az (ideális) fogyasztási minta. Valóban, ez a koncepció a fogyasztási modellt általánosabb összefüggéseiben ragadja meg és figyelembe veszi a fogyasztási minta jellegét meghatározó, ill. átalakító tényezőket is. E két árnyalat megkülönböztetése igen hasznos lehet a könyv további olvasása során.

* Lásd Y. *Maingy:* La consommation incompressible. Economie Appliquée, 1952. 1. sz. 68—110. old.

** Lásd C. *Lévi-Strauss:* Myśl nieoswojona. Varsó 1969. 38. old.

nak módját). A fogyasztási modell ismeretében általános tájékozottsággal rendelkezünk a különböző társadalmi szükségletek fejlődéséről, tehát ismerjük a fogyasztási cikkek és a szolgáltatások különböző csoportjaira a kereslet jövedelem- és árurugalmasságát is, továbbá azt a mechanizmust, amely a termelésnek a szükségletekhez való igazodását biztosítja. A fogyasztási modell változik az idő függvényében: a modell változásai a társadalmi fejlődés általános feltételeitől függenek és szoros kapcsolatban állnak az életszínvonal növekedésével. A változások rendszerint evolúciós jellegűek, de meghatározott történelmi időszakokban viharos lefolyásúak is lehetnek.

A fogyasztási minta valamivel tágabb, általánosabb és alapvetőbb, mint a konkrét fogyasztási terv. A fogyasztási terv a fogyasztási minta megvalósításának eszköze. A gyakorlatban a terv eltérhet az adott fogyasztási mintától, ami: *a)* objektív szükségszerűség; *b)* véletlen tényezők; *c)* a célul kitűzött minta* elérésére irányuló átalakulások következménye lehet. *A célul kitűzött fogyasztási mintának az elvárt fogyasztási struktúrát nevezzük, amelynek megvalósítása a távlati terv feladata.*

A fogyasztási minta és a fogyasztási terv a kívánt fogyasztási struktúra meghatározásának részletességében különbözik egymástól. A fogyasztási minta leírása nem tartalmazza pl. azoknak a ruha- vagy cipőfajtáknak a pontos felsorolását, amelyek iránt a kérdéses időszakban társadalmi szükséglet jelentkezik, ellenben utalnia kell arra, hogy a fogyasztók nagy jelentőséget tulajdonítanak-e a divatos öltözködésnek vagy nem, a divat gyakran változik-e az adott társadalomban vagy nem stb. A fogyasztási terv ezeket a tényezőket adott mennyiségekként kezeli, és meghatározza azt a konkrét ruha- és cipőválasztékot, amit a kérdéses időszakban meg kell termelni.

Vizsgálódásaink szempontjából a tervezés módjának nincs különösebb jelentősége, ezért ezt a kérdést figyelmen kívül hagyhatjuk. Számunkra csak az a fontos, hogy — a különböző gazdasági szinteknek a tervezésben betöltött szerepétől függet-

* Máshol „célszerű fogyasztási minta"-ként is szerepel. (A *fordító* megjegyzése.)

lenül — a fogyasztási tervnek mindig konkrétnak kell lennie, mert a fogyasztó a cipőt nem mint olyant, hanem meghatározott méretben, fazonban, színben stb. igényli. Ha pl. csak X méretű cipőt gyártanak, akkor a fogyasztók egy része nem tudja szükségletét kielégíteni. Ez azt mutatná, hogy rossz volt a terv, vagy hogy nem jól hajtották végre azt. A fogyasztási minta ismerete tehát szükséges, de nem elégséges feltétele annak, hogy a gazdasági tervben helyesen tudjuk meghatározni a fogyasztási javak termelésének és a szolgáltatásoknak a struktúráját. A tervezőnek sokkal részletesebben kell ismernie a fogyasztási cikkek iránti szükségleteket és e cikkek helyettesítésének feltételeit.

A fogyasztási mintáról fel kell tételeznünk, hogy a mintát a társadalom elismeri. Ezt maga a „minta" fogalma tartalmilag ki is fejezi. Aligha lehetne a társadalmi fogyasztás mintájának tekinteni az olyan fogyasztási struktúrát, amely nem felel meg a társadalom fogyasztási elképzeléseinek és nincs összhangban a társadalom igényeivel, ízlésével és hajlamaival, s nem a kialakult szokásokra és hagyományokra épül. Vegyünk egy példát.

Tételezzük fel: komolyabb külkereskedelmi problémák arra kényszerítik a külkereskedelmi vállalatot, hogy nagyobb mértékben csökkentse valamely árucikk importját. A terv tehát a cikk fogyasztásának jelentős csökkenését irányozza elő az adott évben. Ez vajon *eo ipso* azt jelenti, hogy megváltozott a fogyasztási minta? Természetesen nem, mert a lakosságot kezdetben kellemetlenül érinti a korlátozás életbe léptetése, amit fogyasztási szokásainak és a kialakult fogyasztási mintának a megsértéseként érzékel. Természetesen feltételezhetjük, hogy ha ez a helyzet hosszú évekig tartana, az emberek leszoknának e cikk fogyasztásáról és egyáltalán nem hiányolnák. Ez azonban mit sem változtat a probléma lényegén. Mindaddig, amíg nem változnak meg a fogyasztási szokások, azt kell mondani, hogy a terv nem alkalmazkodik a fogyasztási mintához, s nem beszélhetünk magának a mintának a megváltozásáról.

Ezzel egy nagyon fontos kérdésre térünk át, nevezetesen az adott fogyasztási struktúra társadalmi elismerésének kérdésé-

re. A fogyasztási minta fejlődése lehet ösztönös vagy tervszerű, spontán vagy erőltetett folyamat. Ez azonban mit sem változtat azon, hogy kialakult mintáról csak akkor beszélhetünk, ha azt a társadalom elfogadta és elismerte.*

A fogyasztási modellel kapcsolatos vizsgálatok egy bizonyos elméleti konstrukció elemzésére irányulnak, s céljuk a fogyasztási struktúra összetevői között érvényesülő leglényegesebb kapcsolatok és összefüggések, a fogyasztási struktúra átalakulását szabályozó törvényszerűségek feltárása, valamint a fogyasztás helyének meghatározása a gazdasági fejlődésben. Ha a fogyasztási modellt a fogyasztási tervvel azonosítanánk, a kérdés vizsgálata nélkülözné a megismerés értékét. A modell mindig a vizsgált tárgy skálájának vagy tulajdonságainak szűkítését jelenti. A modellvizsgálatok jelentősége elsősorban abból adódik, hogy lehetővé teszi a megismerési folyamat megfordítását. „Amikor a valóságos tárgy egészét kívánjuk megismerni — írja C. Lévi-Strauss — mindig hajlamosak vagyunk arra, hogy annak részeiből induljunk ki. Ha élünk a felosztással, leküzdjük a tárgy ellenünk tanúsított ellenállását... Fordított a helyzet akkor, amikor valamilyen dolog vagy lény kicsinyített modellben való tényleges megismerésére törekedve az egész megismerése megelőzi a részek megismerését... Más szóval a redukált modell egyik lényeges vonása az, hogy az érzékszervekkel megfigyelhető nagyságokat mellőzi, és azokat értelmileg megfigyelhető nagyságokkal kárpótolja."**

* A történelemben ismeretesek példák a fogyasztási minta legkülönbözőbb körülmények közötti átalakulására. Nagy Péter a bojárokat dohányzásra és hagyományos ruházatuk megváltoztatására kényszerítette. Egyes országokban a nemesség meghatározott mennyiségű sör és pálinka megvásárlására kötelezte a parasztokat. Az angolok az ópium eladási jogáért háborúztak Kínában. Mindez azonban nem a fogyasztási modellre, hanem átalakulási folyamatára vonatkozik.

** *C. Lévi-Strauss:* Myśl nieoswojona. 41—42. old.

2. A TERMELÉST A SZÜKSÉGLETHEZ IGAZÍTÓ MECHANIZMUS

A termelési struktúra és a szükségletek közötti összhangot biztosító mechanizmusnak kétségtelenül elsőrendű jelentősége van valamennyi társadalmi-gazdasági formációban. Az ún. modell-vita elsősorban a mechanizmusnak a szocializmusban való működésével kapcsolatos. A vitában igen nagy teret kapott az áru- és pénzviszonyok szerepe, valamint a piac és a terv kapcsolatának kérdése. A vita két megállapítása egyértelmű:

1. A szocializmusban a „mit, hogyan és kinek termelni" kérdés nem oldható meg magával a piaci mechanizmussal. A termelés és a szükségletek közötti összhangot hosszabb távon a beruházások határozzák meg. Következésképp a hosszú távú beruházási döntések sem hozhatók meg kizárólag vagy főként a piaci jelzések alapján. A gazdasági fejlődés stratégiájának meghatározásához a fogyasztói preferenciák legjobb ismerete sem elegendő. Végül hangsúlyozni kell, hogy a piaci árak nem informálnak teljes körűen a vállalati gazdasági tevékenységből származó összes társadalmi haszonról és veszteségről. Ez egyúttal azt is jelenti, hogy a szabad piac általános egyensúlyát nem lehet azonosítani azzal a helyzettel, amely az elégedettség együttes társadalmi szintű maximumát biztosítja.*

Észre kell venni, hogy a terv kizárólag a piaci mechanizmusokra támaszkodva csak stabilizálná a piac spontán ingadozásait, viszont képtelen lenne kijelölni a hosszú távú, dinamikus fejlődés útját.

2. A piac a fogyasztói ízlésekre és hajlamokra vonatkozó információk fő forrása, és rövid távon fontos szerepet játszik abban, hogy a termelés a szükségleteknek megfelelően alakuljon. A szocializmusban az elosztás alapelve a munka szerinti elosztás. A társadalom tagjai adott pénzjövedelmükkel tetszésük szerint rendelkeznek. Vagyis élnek a fogyasztói választás

* Lásd *W. Kapp:* Społeczne koszty funkcjonowania przedsiebiorstw prywatnych. Varsó 1960. 340—341. old.

szabadságával.* A fogyasztói választás szabadsága azt jelenti, hogy a fogyasztók a piacon levő összes áru között válogathatnak, ami tulajdonképpen a fogyasztás adminisztratív „racionalizálásának" tagadása. Tágabb értelemben a választás teljes szabadsága piaci egyensúlyt tételez fel, mivel a fogyasztók gyakorlatilag csak ekkor szerezhetik be a kívánt javakat. A fogyasztói preferenciák az effektív keresletben nyilvánulnak meg. Effektív keresletnek a vásárlóerővel alátámasztott keresletet nevezzük, tehát a társadalmi szükségleteket — a jövedelemelosztás által — részben torzítottan fejezi ki. Az effektív kereslet csak akkor volna a szükségletek teljesen hű mércéje, ha a szükségletek határoznák meg a fogyasztók jövedelmének nagyságát is. Mivel a jövedelmek nem a szükségletek szerint, hanem elsősorban a végzett munka mennyisége és minősége szerint alakulnak, a piac — néhány közgazdász által oly sokat dicsőített — „demokratizmusa" a szocializmusban is csak korlátozottan érvényesül. Továbbra is tagadhatatlan azonban, hogy a lakosság fogyasztási szükségleteiről a leggazdagab információkat a piac szolgáltatja. A piaci mechanizmus jelentőségét tehát nem szabad lebecsülni.

A piaci mechanizmus, ill. a közvetlenül a szükségletekre támaszkodó gazdasági mechanizmus (nevezzük dezideratív gazdaságnak) röviden a következőképp jellemezhető:

— az előbbinél a termelési tényezők allokációja és az előállított termékek elosztása az effektív kereslettől függően történik, amelyet a jövedelemelosztás, az árak és az egyéni fogyasztói preferenciák határoznak meg;

— az utóbbinál a társadalom fogyasztási szükségletei közvetlenül meghatározottak, a javak elosztása pedig a szükségletek szerint történik.

A fejlett gazdaságnak az a modellje, amely a szükségletekre épül és nem használja fel a piacot — még elméleti konstruk-

* A fogyasztói választás szabadsága rendszerint ellentmond az ún. fogyasztói szuverenitás I. fejezetben említett fogalmának. Rámutattunk ott arra, hogy a fogyasztói szuverenitás a tőkés gazdaságban mítosz, nem pedig reális közgazdasági koncepció.

ció, a kommunista gazdaság anticipációja. Ez nem jelenti azt, hogy a történelemben még nem volt a szükségletek közvetlen kielégítésén alapuló gazdaság. Kétségtelen, hogy a naturálgazdaság ilyen volt. Sok jel mutat arra, hogy az utópikus szocialisták, nyomukon pedig a tudományos szocializmus klasszikusai ebből a gazdaságból merítették első elgondolásaikat arról a mechanizmusról, amely a kommunizmusban a termelésnek a társadalmi szükségletek szerinti alakulását biztosítja.

„A kommunista társadalomban — írta Engels — könnyű lesz ismerni a termelést is, a fogyasztást is. Minthogy tudjuk, mennyi kell bizonyos számú egyénnek, és minthogy a termelés akkor már nem egyes magánnyerészkedők kezében lesz, hanem a közösség fogja kezében tartani és irányítani, csekélység lesz *a termelést a szükségletek szerint szabályozni.*"*

Amikor a szocialista gazdaság az elméletből gyakorlattá vált, ez a kérdés természetesen új értelmezést igényelt. Napirendre került — a további gazdasági fejlődés szükségletének megfelelő — a termelési struktúra és a konkrét jövedelemelosztás tervezésének kérdése. Egyidejűleg kiderült, hogy a társadalmi szükségletek közvetlen meghatározása sokkal bonyolultabb feladat, mint ahogy eredetileg feltételezték. A hadikommunizmus rövid időszaka után szükségesnek ítélték a munka szerinti elosztás — a tudományos szocializmus klasszikusai által elgondolt — elvének a bevezetését is. A kommunista gazdaság azonban célmodell maradt, bár egyes elemei megtalálhatók már a szocializmusban is. Ezek:

1. A szocialista termelés célja a társadalom szükségleteinek minél teljesebb kielégítése. A hosszú távú beruházási döntéseket a gyors gazdasági növekedés, a társadalmi-gazdasági strukturális átalakulások szemszögéből és a lakosság jövőbeni szükségleteinek közvetlen meghatározása alapján hozzák meg.

2. Amellett, hogy a munka szerinti elosztás elve uralkodik, a javak és szolgáltatások egy részének elosztásánál az alapvető szempont a tényleges szükséglet (kórház, szanatórium, bölcsőde, óvoda, gyermeküdülők stb.), nem pedig a vásárlóerő.

* *Marx—Engels* Művei. 2. köt. Budapest 1958. 507. old.

A szocialista gazdaság működésének elemzése — meggyőződésünk szerint — azt bizonyítja, hogy egyidejűleg érvényesül a piaci mechanizmus és a dezideratív mechanizmus, amelyek hatásai összefonódnak és egymást korrigálják. Ez abból adódik, hogy a szocializmus — nagyobb történelmi távlatban — a kapitalizmusból a kommunizmusba való átmenet szakasza. A szocialista gazdaság azonban nem vegyes jellegű, hanem a kommunizmus alsó fokának megfelelő gazdaság. *Jóllehet a termelés céljának meggyorsítása érdekében a szocialista gazdaság felhasználja a piacot és az annak megfelelő mechanizmust, mégsem a piac által szabályozott gazdaság.** A piac döntően a népgazdaság központi, tervszerű szervezésének hatására alakul. A központi tervezés meghatározza mind a fejlődés alapvető irányait és ütemét, mind az újratermelés főbb arányait

Eddigi vizsgálódásainkat viszonylag magas absztrakciós fokon végeztük. Térjünk most át konkrétabb kérdésekre: az említett mechanizmusok funkcionálásával kapcsolatos „transzmissziós rendszerek" vizsgálatára. Hangsúlyozni kell, hogy ezek a „rendszerek" nem automatikusan működnek, a kulcsszerepet a népgazdaság irányítása játssza.

Amikor a termelés és a szükségletek összhangját vizsgáljuk, módszertani okok miatt meg kell különböztetnünk a statikus és a dinamikus felfogást.

Mind statikus, mind dinamikus értelmezésben fontos az elosztás egymás mellett érvényesülő két elvének figyelembevétele. A társadalom tagjai személyes szükségleteinek kielégítési lehetősége függ: *a)* a keresettől (a paraszti gazdaságokban figyelembe kell venni a naturális fogyasztást is), *b)* a társadalmi fogyasztási alapból való részesedéstől. A keresetek a munka díjazásából származnak. A társadalmi fogyasztási alapokat az egyes személyek munkájától függetlenül osztják fel.

A munka szerinti és a dezideratív elosztás együttes alkalmazásának szükségessége a következő feltételekből adódik:**

* A témával kapcsolatban lásd bővebben: *M. Pohorille:* Marx i szovremennoszty. Moszkva 1968.

** A pontosság kedvéért hangsúlyozni kell, hogy: 1. a dezideratív elosztás nem vonatkoztat el mindig attól, hogy a társadalom egyes tagjai

1. Nem dolgozhat a társadalom minden tagja (a gyermekek és a tanulóifjúság, a betegek, öregek, gyermeküket gondozó nők), a fogyasztási alap felosztásánál azonban őket is tekintetbe kell venni.

2. Bizonyos szükségletek kielégítése nemcsak egyéni, hanem társadalmi szempontból is igen fontos (a személyi fogyasztás külső előnyei). Ha valamennyi jószág és szolgáltatás teljesen díjtalan volna, s elosztásuk kizárólag a pénzjövedelmektől és az egyéni fogyasztói preferenciáktól függne, kettős veszély fenyegetne: *a)* a lakosság egy része (a kisebb jövedelműek) nehezebben vehetne igénybe mindenki számára szükséges szolgáltatásokat (pl. oktatás, gyógyászat), *b)* egyes, társadalmilag igen fontos szolgáltatásokat kiszoríthatnának kevésbé lényeges szükségletek (pl. még a megfelelő jövedelemmel rendelkező emberek is hajlanának arra, hogy gyógykezelésen vagy a gyermekek oktatásán takarékoskodjanak).

3. Ha a szocialista termelés célja a társadalmi szükségletek legteljesebb kielégítése, akkor a jövedelemelosztás nem tekinthet el a szükségletektől mint a fogyasztási alapból való részesedést meghatározó egyik tényezőtől (pl. a családok nagysága az egyik olyan tényező, amely igen erősen differenciálja a dolgozók anyagi helyzetét; a munka szerinti díjazás nem veszi figyelembe ezt a körülményt).

A társadalmi fogyasztási alapokat meg kell különböztetni a közös fogyasztási alaptól. A közös fogyasztási alap — mint elnevezése is mutatja — a teljes fogyasztási alapnak azt a részét foglalja magában, amit közösen vesznek igénybe (kórházak, iskolák, kollégiumok, óvodák, iskolai, üzemi étkezdék, üdülők, szociális otthonok, parkok, stadionok, klubok stb.). A modern világban általános tendencia a közös fogyasztás arányának és jelentőségének állandó növekedése. A közös fogyasztás mennyiségi és minőségi fejlődése fontos szerepet játszik a társadalom szükség-

---

dolgoznak-e (pl. bizonyos juttatások csak dolgozó családokat illetnek meg), azonban független a végzett munka mennyiségétől és minőségétől; 2. a dezideratív elosztás *sensu stricto* nem szükségletek szerinti elosztás, mégis figyelembe veszi a szükségleteket, azok természetét, a lakosság egyes csoportjainál kielégítettségük fokát, az adott szükségletek kielégítésének jelentőségét az egész társadalom szempontjából stb.

leteinek jobb kielégítésében, ami nem függhet kizárólag a piaci mechanizmus működésétől, hanem a hatóságok tudatos és tervszerű tevékenységét igényli (ezen a téren fontos szerep hárul a hatalom helyi szerveire). A közös fogyasztás körébe sorolt szolgáltatásokat gyakran térítés ellenében lehet igénybe venni (pl. étkezdék, üdülők stb.). A szolgáltatások egy része azonban általában teljesen díjtalan, vagy külön feltételek mellett (kedvezményesen vagy díjtalanul) csak a lakosság meghatározott csoportjai részesülnek azokban, ebben az esetben az elosztás dezideratív jellegű. Másfelől hangsúlyozni kell, hogy a dezideratív elosztás nem korlátozódik a közös fogyasztás körébe tartozó javakra és szolgáltatásokra, hanem kiterjed a munkavégzéstől függetlenül járó különféle pénzbeni és természetbeni juttatásokra is.

Összefoglalva megállapíthatjuk tehát, hogy a *szociális juttatásokat* (vagyis a társadalmi fogyasztási alapokból való juttatásokat) *nem a fogyasztás módja* (közös vagy egyéni fogyasztás) jellemzi (bár a szociális juttatások fejlődése bizonyos mértékig összefügg a közös fogyasztás fejlődésével), hanem *az elosztás rendszere*. A juttatások, járadékok és segélyek teljesen vagy részben díjtalanul nyújtott javak és szolgáltatások formáját öltik. Ez természetesen nem jelenti azt, hogy ez utóbbiak „ingyenesek" a társadalom számára. Lényegük a következő:

a) itt más elosztási elv érvényesül, mint a munka díjazásánál,

b) a támogatás (szubvencionálás) meghatározott fogyasztási típusoknak kedvez. Jelenleg a társadalmi fogyasztási alapokat a következő célokra használjuk fel:

— egészségügy,
— oktatás, óvoda, bölcsőde, kollégium stb.,
— üdülés,
— kedvezményes lakáskiutalás,
— segélyek és nyugdíjak.*

Mind a munka termelékenységének emelése, mind a fogyasztási struktúra alakítása szempontjából rendkívül fontos, hogy helyesen határozzák meg a társadalmi fogyasztási alapok, valamint a béralap (és általában a munkadíjak) növekedési üteme

* Lásd Wykład ekonomii politycznej. *(Szerk. N. A. Cagolova)* II. köt. Varsó 1965. 257. old. — Ez a mű kiemeli, hogy: „A társadalmi fogyasztási alapok segítségével az anyagi termelés szférájában az anyagi javak egy részének elosztása mellett elsősorban a nem termelő szférában előállított szellemi javakat osztják el. Ugyanakkor a szocializmusban a munkadíjak segítségével elégítik ki a dolgozók alapvető anyagi szükségleteit." (Ugyanott, 267. old.)

közötti arányokat, amelyek természetesen kihatnak a beruházások irányára.

Térjünk most át a fogyasztási alap azon részének vizsgálatára, amelynek elosztása a piacon történik meg. Statikus szemléletmódban a jövedelmeket és azok elosztását, valamint az egyéni fogyasztói preferenciákat adottnak tekintjük. Szintén adott a termelőapparátus, valamint a rendelkezésre álló munkaerő mennyisége. Ha a fogyasztási cikkek árának alapjául a társadalmi termelési költségek szolgálnak, akkor előfordulhat, hogy egyes árukból túl sok, másokból túl kevés van. Ekkor két megoldás lehetséges: vagy a kereslet alkalmazkodik a kínálathoz, vagy fordítva — a kínálat alkalmazkodik a kereslethez. A társadalmi szükségletek minél teljesebb kielégítésére való törekvés a második megoldás választását diktálja. Kivételt képeznek azok az esetek, amikor a társadalmi és az egyéni preferenciák ellentétbe kerülnek. Ettől a különös esettől eltekintve megállapíthatjuk, hogy — a társadalmi ráfordításokkal arányos árak mellett — a kínálati struktúrát nem mindig lehet rövid idő alatt a kereslethez igazítani. Két helyzetet kell megkülönböztetnünk:

— amikor a termelés a meglevő termelőkapacitások mellett is átállítható,

— amikor az alapberendezések korlátozott termelőkapacitása miatt nincs lehetőség a termelés gyors átállítására.

Mint J. Lipiński helyesen mutat rá, az első helyzetnek inkább az árak költségarányos alakítása, a másodiknak pedig az áraknak a keresleti-kínálati viszonyok szerinti alakulása felel meg.* A különböző javak egyensúlyi árainak és a társadalmi termelési költségeken alapuló áraknak egymáshoz való viszonya fontos szerepet játszik a termelési struktúrát érintő döntések helyességének ellenőrzésében. Ez ugyan *ex post* ellenőrzés, vagyis a már előállított javak realizálása során történik, azonban a jövő termelési struktúrájának helyes tervezése szempontjából igen fontos. Ha megfelelő készletek vannak és a termelők gyor-

* *J. Lipiński:* System cen srodków konsumpcji a reforma podatku obrotowego. Ekonomista, 1969. 1. sz. 78. old.

san reagálnak a piaci jelzésekre, a kereslet és a kínálat egyensúlyának felbomlása elkerülhető. Ha viszont az árak nem tesznek eleget az előbbi feltételeknek, vagyis elszakadnak a termelés társadalmi költségeitől és nem biztosítják a piaci egyensúlyt, a fogyasztók hamis jelzéseket kapnak a lehetséges átállási relációkról, következésképp félrevezetik a termelőket (az adott áruk iránt túl nagy vagy túl alacsony igényeket jelezve).

Dinamikus felfogásban sokkal bonyolultabbá válik a helyzet, ha a hosszú távú terv optimalizálásáról van szó. A társadalmi szükségletek kielégítettsége nem jellemezhető egy számmal. Helyes tehát az a törekvés, hogy azt közvetve, a fogyasztási színvonalat jellemző mutatóval fejezzék ki. Hangsúlyozni kell azonban, hogy *a)* a fogyasztást itt a lehető legtágabban értelmezzük (vagyis figyelembe vesszük az oktatást, a kultúrát, az egészségügyet stb.), *b)* feltételezzük, hogy a termelési struktúra megfelel a társadalmi szükségletek struktúrájának, *c)* nem feledkezünk meg arról, hogy van még valami „egyéb", amire nem terjed ki a fogyasztási alap statisztikája, de igen lényeges a társadalom jóléte szempontjából (munka- és pihenési, egyéb feltételek).*

Ha figyelembe vesszük mind a folyó, mind a jövőbeni társadalmi fogyasztási szükségleteket, a fogyasztási alap maximálására való törekvés nem egyértelmű a „fogyasztói nézőpont" elfogadásával. Ekkor nem fenyeget annak veszélye, hogy ma mindent elfogyasztunk és nem gondolunk a bővített újratermelés szükségleteire és a fogyasztási cikkek, valamint a termelési eszközök gyártása között szükséges arányok biztosítására. A dinamikus felfogásban azonban a kérdés nem olyan egyszerű,

* I. Svennilson felhívja a figyelmet a gazdasági növekedés mutatóinak viszonylagosságára. Példaként a lakossági kiadásoknak az urbanizálódással összefüggő növekedését említi meg. „A fenntartási költségek — írja Svennilson — a közlekedési és egyéb kiadásokkal együtt nőnek, a statisztikában ez úgy jelentkezik, mint a nemzeti jövedelem emelkedése. Ily módon a haladás téves benyomása alakul ki." (*I. Svennilson:* The Concept of Economic Growth. Proceedings of the International Conference of Agricultural Economists. London 1963. 22. oldal.)

mint amilyennek először látszik. Ha figyelmen kívül hagyjuk azt a nagyon bonyolult és nehéz kérdést, amit a végtermék és a helyes végtermékstruktúra jelent (erre a későbbiekben visszatérünk), a látszólag egységes cél — a fogyasztási alap maximálása — kettéhasad. Az egyetlen cél helyét két, egymással konkurráló cél foglalja el: a folyó fogyasztás és a jövőbeni fogyasztás.

Minden tervező teljesen tisztában van azzal, hogy ezt az ellentmondást sehogy sem lehet megkerülni, s csak józan kompromisszummal oldható fel. Nem lehet a jövő fogyasztásának maximálására való hivatkozással elhanyagolni a mai szükségleteket, de a ma fogyasztását sem lehet anélkül maximálni, hogy ne gondolnánk a jövőre. E problémára nincs semmiféle mechanikus megoldási mód. A társadalom folyó és jövőbeni szükségletei közötti kompromisszum csak tudatos politikai döntés eredménye lehet. Ez egyáltalán nem azt jelenti, hogy ez a döntés önkényesen hozható meg. A döntést egyfelől mindig a múltban elért életszínvonal, a növekvő igények nyomása, a társadalmi feszültségek kialakulásának veszélye és a nemzetközi helyzet, másfelől pedig a társadalom objektív termelési lehetőségei határozzák meg. Vagyis a társadalom politikai képviselete döntéseit mindig az adott társadalmi preferenciarendszernek a gazdálkodás objektív feltételeivel való egybevetésének eredményeként hozza meg.

A társadalmi preferenciák meghatározzák a célok helyettesíthetőségét, az objektív termelési feltételek pedig a célok transzformálhatóságát. A helyettesítési határráta azt fejezi ki, hogy az x cél megvalósulási fokának egy egységgel való növelése esetén az y cél milyen mértékű megvalósulása lehetséges, ha a (tervező — *A szerk.*) központ — a társadalmi preferenciák ismeretében — egyáltalán kész ezt csökkenteni. Az x és y célok helyettesítési határrátája azt határozza meg, hogy az adott készletek, mérlegösszefüggések és műszaki feltételek mellett mennyivel kell csökkenteni az egyik cél megvalósításának fokát annak érdekében, hogy a másikét egy egységgel lehessen növelni. Az optimális megoldást a preferenciagörbe és a termelési görbe egybevetése adja (a két görbe érintési pontja jelöli ki).

A fogyasztás rövid és hosszú távú alakulása közötti ellentmondást véleményünk szerint nem úgy kell megoldani, hogy a hatásokat részidőszakonként adagoljuk, és a hatóságilag megállapított időhorizontú hosszú távú terv fogyasztását maximáljuk (ezzel a felfogással meglehetősen gyakran lehet találkozni a közgazdasági irodalomban). Ezen ellentmondást úgy kell megoldani, hogy a fejlődés tervszerű útjának valamennyi szakaszában biztosítjuk az optimális elosztási arányokat. Vagyis semmi esetre sem lehet eltekinteni a fogyasztás időbeni megoszlásától.

Most azt a kérdést kell megvizsgálnunk, hogyan lehet meghatározni a fogyasztási alap naturális struktúráját. A piaci viszonyok rövid távú vizsgálata és a folyó árak nem nyújtanak kielégítő információkat a gazdaságfejlesztéshez.

1. A jövőre vonatkozó döntéseknek nem az adott időben fennálló rendszert, hanem a „célrendszert" kell figyelembe venniük. „A különbség azért (is) fontos, mert az egyes beruházási döntések kölcsönösen befolyásolhatják egymást. A különböző egyedi beruházási döntések célszerűségének és hatékonyságának a *jelenlegi paraméterek* alapján történő értékelése teljesen más eredményre vezethet, mint az egymással összefüggő termelési ágakban meghozott döntések együttesének értékelése."*

2. A szabadversenyes piaci gazdaságban a folyó áraknak a termelési áraktól való eltérése megindítja a kínálatot a kereslethez igazító folyamatot. A beruházási döntéseket azonban még ilyen körülmények között sem annyira a folyó árak, mint az anticipált árak befolyásolják. Csak akkor indokolt a kétféle árat egymással azonosítani, ha nincs gyakorlati lehetőség az árak prognosztizálására, s ez a tőkéseket a folyó árak alapján való döntésre kényszeríti. A szocialista gazdaságban semmi

* *K. Porwit:* Zagadnienia rachunku ekonomicznego w planie centralnym. Varsó 1968. II. kiadás. 123—124. old. — Ezt a kérdést vizsgálja *H. B. Chenery:* The Independence of Investment Decisions. The Allocation of Economic Resources. Essays in Honor of Bernard Francis Haley. Standford 1959.

sem indokolja ezt az álláspontot. Meg kell tehát találnunk a kapcsolatot a jövőbeni realizálási árak és a termelés jövőbeni társadalmi költségei között.

3. A piac vizsgálatával megismerhetjük — az adott jövedelemelosztás- és árrendszer melletti — egyéni fogyasztói preferenciákat. A különböző népességcsoportok jövedelmének emelésére vonatkozó alapelvek ismeretében, a múlt trendjeinek extrapolálásával meghatározott valószínűséggel megállapíthatjuk, hogy fogyasztási cikkek különböző csoportjai iránti szükséglet a jövőben hogyan fog alakulni. E gondolatmenetnek azonban bizonyos fogyatékosságai vannak: *a)* az egyéni fogyasztói preferenciák csak a meglevő választási alternatívákra vonatkoznak. A gazdasági növekedés eredményeként azonban számtalan új termék, új szükséglet keletkezik, s ezek új kielégítési módjai alakulnak ki, *b)* a különböző javak termelésének növelésével a lakosság jövedelmeivel kapcsolatos döntések között nem egy-, hanem kétoldalú a kapcsolat. Vagyis: nem tételezhetjük fel, hogy pl. a népesség legkisebb jövedelmű csoportjainál jövedelememelés a ruházati cikkek és az élelmiszerek iránti várható kereslet x százalékkal való növelését fogja eredményezni, hanem gondolatmenetünket meg kell fordítanunk. A családi költségvetések vizsgálata felhívja a figyelmet arra, hogy erőfeszítéseket kell tenni bizonyos — fontosnak ítélt — szükségletek kielégítésének céljából, és növelni kell a megfelelő cikkek termelését. A jövedelmek megfelelő változtatásának terve e feladatok megvalósításának objektív feltételeitől függ.

4. Amikor a végtermék struktúráját változtatjuk, e módosításokat elsősorban a szocialista termelés céljának szemszögéből kell értékelni. Az alacsonyabb társadalmi ráfordítást igénylő variánst csak akkor tekinthetjük a legkedvezőbbnek, ha az alternatív termékösszetételek azonos hatást eredményeznek.*

* M. Kalecki rámutat arra, hogy a legkisebb költségű variáns csupán akkor alkalmazható, ha csak nagyon kis mértékben változik a végtermék struktúrája. (Lásd *M. Kalecki:* Zagadnienie optymalnej struktury spożycia. Gospodarka Planowa, 1963. 7. sz.) Hasonlóan foglal állást K. Porwit is.

Megfontolásaink ahhoz a következtetéshez vezetnek, hogy minden optimálási programban alapvető szerepet játszanak a politikai döntések eredményeit kifejező alapelvek. A gazdasági növekedés nem fejezhető ki egyetlenegy mutatóval, hiszen sok aspektusban és dimenzióban lehet jellemezni. Ha másként volna, vagyis ha a növekedés eredményei könnyen aggregálhatók lennének, akkor az optimális allokáció csupán a számítások helyességétől függne és a közgazdasági szakértők kizárólagos döntési privilégiumát képezné. Ez azonban sehol a világon nincs így. A tervezők dolga a fogyasztás, ill. felhalmozás növekedésének ütemével, a személyi és a közösségi fogyasztás arányával, a végtermék struktúrájával, a külkereskedelmi forgalommal stb. kapcsolatban lehetséges különböző, egymással belső összefüggésben levő variánsok feltárása, kidolgozása. A társadalom politikai képviselete pedig kiválasztja a társadalmi preferenciáknak leginkább megfelelő variánst.

Fel kell tételezni, hogy annál szélesebb a választási lehetőségek skálája, minél gazdagabb az adott társadalom és minél hosszabb a vizsgált időhorizont. Szegény társadalomban és viszonylag rövid időszakra a tervező valószínűleg igen kevés variációt javasolhat. A választás lehetősége és szükségessége azonban mindig fennáll.*

A választás sikere jelentős mértékben az információk pontosságától és sokoldalúságától, ez pedig a tervezési módszertől függ. A társadalmi értékelés szerepének hangsúlyozása tehát egyáltalán nem csökkenti a hosszú távú terv optimálási modelljével kapcsolatos munkák fontosságát.

Fel szeretnénk hívni a figyelmet a probléma következő vonatkozásaira.

1. *Az alapvető választások jelentősége.* A választáshoz a jövő társadalmának megfelelő előrelátása szükséges. Az előrelátás

* Ebből látni kell, hogy a választás gyakran nem a javak (adott társadalmi szükségletek kielégítését szolgáló) két csoportjának, A-nak vagy B-nek a kiválasztására, hanem annak a sorrendnek a megválasztására irányul, amelyben ki kell elégíteni a különböző szükségleteket. Ekkor tehát nem az A vagy B, hanem az AB vagy BA alternatíváról van szó.

természetesen nem lehet csupán a fantázia és a „kívánságokban való gondolkodás" terméke, hanem szilárdan a tudományos megismerésre kell épülnie, nemcsak a társadalom fejlődési törvényeinek, hanem a társadalom szükségleteinek és lehetőségeinek vonatkozásában is.

2. *A tervezőnek a társadalom politikai képviseletéhez nem technikai jellegű, hanem világos társadalmi-közgazdasági tartalmú kérdéseket kell intéznie.*

3. A folyamatos tervezés szükségességének figyelembevétele. *A társadalmi szükségletek maximális mértékű kielégítése megkívánja a gazdasági fejlődés fő vonalának meghatározását.* Ez a feladat nem oldható meg kielégítően bizonyos értékeknek hatóságilag megállapított időközökben történő, mechanikus maximálásával.

4. Az optimálási programokban azokat a közgazdasági-statisztikai intenzitásmutatókat keressük, amelyek alkalmazása lehetővé tenné a gazdasági fejlődési folyamatok előrehaladásának helyes és egyszerű értékelését. Ha a társadalom jólétének alapvető mutatójaként az egy lakosra jutó nemzeti jövedelmet vagy fogyasztási alapot fogadjuk el, akkor ez semmiképpen nem jelenti azt, hogy a szocialista termelés tényleges célja e mutatók értékének maximálása, s hogy a különböző — növekvő és változó — társadalmi szükségletek legteljesebb kielégítésére való törekvés csak propagandaszólam. *A célfüggvénynek a programban való meghatározása csak kísérlet (a dolog természeténél fogva egyszerűsített kísérlet) a szocialista termelés összetett céljának a tervezés nyelvére való lefordítására, nem pedig e cél más céllal való helyettesítése.* A szocialista termelés céljának ilyen „átfogalmazási" kísérlete a matematikai formalizmus veszélyével fenyegetne és megnehezítené a társadalmi-gazdasági folyamatok elemzését, ami nélkül nincs tudományos tervezés.

Amikor a piaci és a dezideratív mechanizmusnak a szocialista rendszerben játszott szerepéről írunk, arra gondolunk, hogy *a termelésnek az adott fogyasztási hajlamokhoz, szokásokhoz és ízléshez való minél jobb hozzáigazításával kapcsolatos feladatot össze kell hangolni a fogyasztási minta tudatos, tervsze-*

rű és racionális formálásának feladatával. Az előbbi feladat ellátásához a fogyasztási terv konstruálásánál figyelembe kell venni a tényleges keresletet, és a lehető legérzékenyebben kell reagálni a piaci jelzésekre. A második feladat ellátásához ki kell lépni a piac és az őt irányító mechanizmusok köréből és közvetlenül kell meghatározni a szükségleteket. Ezt nem szabad a két mechanizmus működési területének mesterséges szétválasztásaként és a rövid valamint hosszú távú tevékenység elveinek szembeállításaként értelmezni. A termelés és a fogyasztás kérdéseinek statikus és dinamikus szemlélete között kétségkívül igen fontos különbségek vannak. Rövid távon kétségtelenül a piaci mechanizmus, a népgazdaság hosszú távú fejlesztési stratégiájának kialakításakor pedig a társadalmi szükségletek fejlődésének vizsgálata játssza a nagyobb szerepet. Néhány nagyon fontos mozzanatra azonban külön figyelmet kell fordítani:

1. Mind rövid, mind hosszú távon fontos a bérpolitika és a társadalmi fogyasztási alapok felhasználása közötti megfelelő kapcsolat.

2. Az árak korrigálásakor nem szabad szem elől téveszteni azt a hatást, amit az ármódosítások a lakosság különböző csoportjainak reáljövedelmére és szükségleteik kielégítési fokára gyakorolnak.

3. A szocialista rendszerben megváltozik a piac jellege. Több termék piaca elveszíti eredeti, anonim természetét, s előre meghatározhatóvá válik. Kialakulnak az ipar és a kereskedelem, valamint az ipar és a mezőgazdaság között a szerződéses kapcsolatok széles körű alkalmazásának feltételei. Egyre szélesebb körben előre meghatározott vevők számára termelnek. A belső piacot döntően a jövedelmek tervszerű növelése és elosztása, valamint a társadalmi fogyasztási modell módosulásai alakítják. Azért, hogy a piac be tudja fogadni az új termékeket és a termelés további fejlesztésére ösztönözzön, a termelésnek a kereslethez való igazítását össze kell kapcsolni a szükségletek aktív befolyásolásával.

4. A beruházási döntéseket részben a kialakult trendek (ame-

lyekről a piacvizsgálat informál) extrapolálása alapján, részben pedig a célul kitűzött fogyasztási modell — tehát a fogyasztási struktúrában, a jövedelemelosztásban végrehajtandó változtatások, a társadalmi szükségletek jövőbeni kielégítési módjainak és formáinak figyelembevételével hozzák meg.*

3. A FOGYASZTÁSI MODELL ÉRTELMEZÉSÉVEL KAPCSOLATOS VITÁS KÉRDÉSEK

A fogyasztási modell értelmezése ebben a könyvben számos tekintetben eltér a lengyel közgazdasági irodalom eddigi értelmezési módjától. A kérdéssel először a „Zarys teorii gospodarki socjalistycznej" (A szocialista gazdaság elméleti alapja)** c. mű foglalkozott bővebben. Jelen munka szerzőjének nézetei néhány lényeges kérdésben eltérnek az említett könyvben kifejtett nézetektől.

1. A „Zarys teorii gospadarki socjalistycznej" c. mű szerzői egyenlőségjelet tesznek a fogyasztási modell és a fogyasztási terv közé. „A központi tervező szerv nem térhet ki a fogyasztási minta meghatározása, vagyis a fogyasztás volumenének és struktúrájának részletes megtervezése elől."***

2. A fogyasztási minta e koncepciójának az a következménye, hogy kategorikusan elveti azokat az általános arányokat, amelyek „a tervbe csak nem konkretizált formában kerülhetnek be, és csak később — amikor a vállalatok a tervet teljesítik — telítődhetnek meg konkrét tartalommal". Ezek „ugyanolyan

* A liberális társadalomban végbemenő automatikus szabályozó folyamatok — írja G. Myrdal — feltételezték a hagyományos viselkedés akceptálását, a kérdező és a kísérletező kedv, a racionális ellenőrzés hiányát. Úgy látszott, hogy a sikeres prognózisok azt teszik szükségessé, hogy mi alkalmazkodjunk a világhoz, valójában azonban azt a vágyat élesztették fel, hogy a világ alkalmazkodjék a szükségleteinkhez. (Lásd *G. Myrdal:* Value in Social Theory. New York 1958. XXX. old.)

** Zarys teorii gospodarki socjalistycznej. *(Szerk.: A Wakar)* Varsó 1965.

*** Ugyanott, 150. old.

fikciók a fogyasztási javak és szolgáltatások szférájának vonatkozásában, mint a termelési eszközök tervével kapcsolatban".*

3. A fogyasztási modellnek az említett könyvbeli értelmezése szorosan összefügg azzal az elmélettel, amely szerint a szocializmusnak az ún. naturális számbavételi módszer felel meg. Ennek az elméletnek bővebb bemutatása meghaladná könyvünk tárgyát, ezért csak néhány olyan alapvető tételét említjük meg, amelyek különösen fontosak e könyv témájának szempontjából. A naturális számbavétel elméletének kiindulópontja az a megállapítás, hogy a központi tervező „közvetlenül a terv fizikai koordinálását (pl. azt, hogy az acéltermelés a szükségletekkel és a termelés ellátásával összhangban legyen) tartja szem előtt, vagyis a terv belső összhangját és maximálását úgy értelmezi, hogy az akkor biztosított, ha a rendelkezésre álló készletekből, az adott termelési eljárásokból és a szükséges nettó termelésből kiindulva érik el a társadalom termelési lehetőségeinek görbéjét."** Ennek az alapelvnek logikus következménye az az álláspont, amely szerint a fogyasztási javak körében is a terv naturális mérlegelése, valamint a terv és a megvalósítását szolgáló eszközök közötti ellentmondások kiküszöbölése játssza a döntő szerepet.***

A véleménykülönbségek elsősorban a fogyasztási terv és a piac szerepének közgazdasági meghatározásában nyilvánulnak meg. A naturális számbavétel elve tagadja az ilyen meghatározás lehetőségét (bár nem mond le a fogyasztói vélemények megismerésének különböző formáiról), s mindenekelőtt elveti az

* Ugyanott.

** Ugyanott, 172. old.

*** Ami az utóbbi, vagyis a terv és realizálásának eszközei közötti kapcsolat problémáját illeti, a naturális gazdasági számbavétel hívei eredeti elgondolásokkal járultak hozzá a szocialista gazdaságirányítás elméletéhez. Fenntartással kell azonban kezelnünk az ár problémájának kettéosztott értelmezését. E felfogás az árakat a választás helyes vagy hamis paramétereinek tekinti, és kizárja azt a harmadik (a gyakorlatban leggyakrabban előforduló) lehetőséget, amikor az árak megközelítő paraméterekként szerepelnek.

áraknak azt a szerepét, hogy olyan paraméterek, amelyek alapján ki lehet választani azokat a fogyasztási cikkeket, amelyek gyártását bővíteni vagy szűkíteni kell. Ez az elv konkrétan a következő tételekben fejeződik ki:

A) A fogyasztási cikkek realizálási ára (ami az alapelv szerint a piaci egyensúlyt biztosító ár) és e cikkek társadalmi termelési költségei közötti viszonynak semmiféle szerepe nincs a terv meghatározásában. „A szocialista gazdaságban a piaci erők kiküszöbölődnek vagy jelentékenyen legyengülnek. Ha tehát változatlan számbavételi formában számoljuk el a munkát, hibát követünk el, aminek a lényege az a feltevés, hogy helytelen számítási eszközök alkalmazásával helyes eredményre juthatunk."* Ez tulajdonképpen az érték kategóriájának és az értéktörvénynek a határozott elvetése a szocialista gazdaságban.**

Az ár kizárólag pragmatikus jelleget ölt: „Eltűnnek mindazok az ellentétek, amelyek az ár és az érték egymáshoz való viszonyából, e kategória objektivizálásából adódnak. Az ármegállapítás egyedüli kritériuma az a hatás, amelyet az ár a kalkulációs és az ösztönzőrendszeren keresztül a központi tervező szerv előirányzatának megfelelő tervteljesítésre gyakorol."***

B) A piac képtelen információkat nyújtani a társadalmi szükségletek intenzitásáról és irányításáról. „Megismerhetjük-e a társadalom preferenciáit a piac közvetítésével? Ezek vajon azok a társadalmi preferenciák lesznek-e, amelyekre gondolunk? Mindkét kérdésre negatív választ kell adnunk."°

* Ugyanott, 341. old.

** A „piaci szocializmus" koncepciójának elvetése egyáltalán nem vezet az áru- és csereviszonyok, valamint ezzel összefüggésben az érték és — pénzbeni kifejezője — az ár kategóriájának tagadásához. E kérdéssel kapcsolatban érdekes gondolatokat tartalmaz a Moszkvai Lomonoszov Egyetem Közgazdaságtudományi Karán megtartott tudományos értekezlet összefoglaló jelentése. (Lásd Vesztnyik Moszkovskovo Universziteta. Ekonomika, 1969. 4. sz. 87. old.)

*** Ugyanott, 334. old.

° Ugyanott, 301. old.

C) A keresleti és a kínálati struktúra közötti eltérések „csupán a fogyasztási minta és realizálásának eszközei közötti ellentmondásokra utalnak. Csakis az egyedi esetek konkrét vizsgálatával lehet eldönteni, hogy magát a fogyasztási mintát kell-e módosítani, vagy pedig az árakat, jövedelmeket, vagy az árréseket kell-e megválasztani másként anélkül, hogy maga a minta megváltozna".*

E kérdések vizsgálatát kezdjük a legalapvetőbbel, a C) tétellel, amely a fogyasztó által a fogyasztási javak termelési struktúrájára gyakorolt hatásra vonatkozik. Az áraknak a társadalmi termelési költségektől való elszakítása lényegében azt jelenti, hogy a fogyasztót megfosztjuk attól a lehetőségtől, hogy a piacon keresztül bármilyen módon befolyásolja a termelést. A szerzők teljes mértékben tisztában vannak azokkal az elméleti és gyakorlati következményekkel, amelyekhez a „naturális számbavétel" alapelve vezet. Úgy vélik azonban, hogy ezek az elvek megfelelnek a szocialista gazdaság logikájának és — ami fontosabb — a valóságnak.

Nekünk e kérdésekkel kapcsolatban más a véleményünk. Az árak — szerintünk — nemcsak a terv megvalósításának eszközei, hanem annak optimálásában is fontos szerepet játszanak. Továbbá az árak csak akkor tölthetik be a gazdasági választás paraméterének funkcióját, ha helyesen tükrözik a társadalmi termelési költségeket. Nem határozzuk meg itt pontosabban a társadalmi ráfordítások fogalmát, s azt sem magyarázzuk meg, hogyan kell e ráfordításokat mérni. Kétségkívül ez az egyik legbonyolultabb közgazdasági probléma. Jelen vizsgálódásaink előtt azonban nem jelenthet akadályt az a körülmény, hogy a társadalmi ráfordítások (költségek) fogalmát pontosabb meghatározás nélkül használjuk. Elegendő csupán azt a teljesen magától értetődő tényt leszögeznünk, hogy minden termék előállítása mennyiségileg meghatározható munkaráfordítást (eleven és holt munkát) igényel a társadalomtól. A társadalmi ráfordítás reális, objektív közgazdasági kategória, kiszámításának

* Ugyanott, 152. old.

módja viszont ismereteink függvénye és ettől függően elégítheti ki jobban vagy rosszabbul a gazdasági számítás igényeit.*

Ha a fogyasztási cikkek árai egyensúlyt teremtenek a kereslet és a kínálat között, akkor szerepük kettős: az árszint egyrészt informálja a fogyasztókat az egyes javak viszonylagos ritkaságáról (viszonylagos hiányáról) vagy bőségéről, másrészt az árszintnek a termelés társadalmi költségeitől való eltérései pedig a központi tervezőszerv számára útmutatásul szolgálnak olyan termelési szerkezet kialakítására, amelyet a fogyasztók szükségesnek tartanak. A magas gépkocsiárak pl. arra késztetik a társadalmat, hogy megfelelően korlátozódjék a termékek kereslete. Ezeknek az áraknak a társadalmi költségektől való jelentős eltérése pedig azt bizonyítja, hogy a gépkocsik iránti igényt kisebb mértékben elégítik ki, mint az egyéb fogyasztási cikkek keresletét.

Ezzel kapcsolatban merül fel az a bonyoult probléma, hogy a tervezőnek minden esetben figyelembe kell-e vennie a piac jelzéseit. A felelet az egyéni és a társadalmi preferenciák szerepétől függ.

O. Lange e problémát A. Wakartól teljesen eltérő módon ér-

* Hangsúlyozni kell — függetlenül attól, hogy mennyire hibás az árpolitika — maga a tény, hogy felhasználjuk az árakat és az azokra épülő költség- és eredményszámítást, az ésszerűség bizonyos elemeit viszi be a gazdaságirányításba. „Tagadhatatlan — írja E. F. Durbin angol közgazdász —, hogy minden árrendszernek, még a legprimitívebbnek is végső soron valamilyenfajta racionális irányítást kell eredményeznie már azáltal is, ha a fogyasztók csupán kívánságuknak megfelelően költhetik el pénzüket és valamennyi termelési ágban többé-kevésbé azonos költségkalkulációt alkalmaznak. Teljesen igazuk van azoknak a közgazdászoknak, akik azt hangsúlyozzák, hogy a termelés csak akkor alkalmazkodik tökéletesen a társadalmi szükségletekhez, ha a gazdasági erőforrásokat alternatív felhasználásuk szerint a legpontosabban mérjük fel. A termelésnek a szükségletekhez való alkalmazkodási foka azonban nagyon eltérő lehet. Minden olyan tervező szerv, amely kitart amellett, hogy a ráfordításokat és az előállított értéket egységesen méri fel, képes lesz arra, hogy a termelés és a változó ízlések és feltételek között széles körben összhangot teremtsen." (*E. Durbin:* The Case for Planning in Economics. A Course of Selected Reading by Authorities. London 1957. II. kiadás. 240. old.)

telmezi: „Elképzelhető olyan rendszer, amelyben a termelés és a termelési tényezővel való rendelkezés a Központi Tervhivatal által megszabott preferenciaskála irányítása alatt áll, ugyanakkor pedig a termelt fogyasztási javak elosztása piaci árakon megy végbe. Ilyen rendszerben fennáll a fogyasztói választás szabadsága, a fogyasztóknak azonban semmi befolyásuk sincs a termelésirányítóknak és az alapvető termelési tényezők fölött rendelkező személyek döntéseire. Ebben az esetben a fogyasztási javak árának két rendszere létezik. Az egyik rendszert azok a piaci árak alkotják, amelyeken a javakat eladják a fogyasztóknak, a másikat pedig azok a kalkulációs árak, amelyek a tervhivatal által meghatározott preferenciaskálából erednek." Lange megenged ugyan bizonyos kivételeket, ezek azonban — mint az általa felhozott példákból is kitűnik — teljesen hétköznapi esetek (a könyv és a vodka jól ismert példája). „Az a szocialista társadalom — vonja le a következtetését Lange —, amely képes kiiktatni az absztrakt elméletieskedést és meg tudja valósítani azt az elvet, hogy a keresett és a nyújtott javak mennyisége csupán az árak meghatározása révén kiegyenlítődjék, biztos lehet abban, hogy a Központi Tervhivatalt a fogyasztói preferenciáknak megfelelő magatartásra képes kényszeríteni."*

Lange idézett véleménye a Mises-szel folytatott ismert vitájából származik, amely először 1936-ban jelent meg nyomtatásban. Lange még nem találkozott a szocialista gazdaság gyakorlatával. E gazdaság általa bemutatott modellje a „welfare economics" (jóléti gazdaságtan) elméleti alapjaira támaszkodik, amelyben elfogadja a „fogyasztói szuverenitás" koncepcióját és azt feltételezi, hogy lehetséges olyan gazdaságot szervezni, amely eleget tesz a tökéletes verseny feltételeinek. E modellben szerénynek is alig nevezhető az a szerep, amellyel a társadalmi preferenciák a fogyasztási struktúra alakulására hatást gyakorolnak (alkoholfogyasztás korlátozása, hasznos olvasmányok ajánlása). A társadalom egyes tagjainak kizárólag azon

* *O. Lange:* O teorii ekonomicznej gospadarki socjelistycznej. Pisma ekonomiczne i społeczne 1930—1960. Varsó 1961. 107—108. old.

tetszései és ízlései nyernek elismerést, amelyek a piaci keresletben kifejezésre jutó egyéni preferenciarendszer alkotórészét képezik. A társadalmat azonban nem lehet autonóm egyének egyszerű sokaságára visszavezetni. Különösen vonatkozik ez a szocialista társadalomra, ahol megszűnnek az antagonisztikus osztályellentétek, és a társadalom tervszerűen törekszik az egész közösség szükségleteinek kielégítésére.

Az egyéni és a társadalmi preferenciák kapcsolatát bővebben a következő fejezetben tárgyaljuk. Itt csupán azt állítjuk, hogy a szocialista rendszerben — a végrehajtott gazdasági és társadalmi átszervezés eredményeként — a társadalom hatékony mechanizmussal rendelkezik preferenciáinak megvalósításához. E mechanizmusban a teljes politikai és ideológiai felépítmény a társadalmi preferenciák primátusát szilárdítja meg az egyéni preferenciákkal szemben.

Ez az állítás azonban korántsem jelenti azt, hogy a tervező szerv mindenható. E szerv mindenhatóságával kapcsolatos koncepciót az a tétel tartalmazza, amely szerint az „önmaga megváltoztathatja a fogyasztási mintát, vagy más árakat, jövedelmeket, kereskedelmi árréseket választhat ki magának..." Nehéz egyetértenünk ezzel, mivel: *a)* a tervező szerv befolyást gyakorolhat ugyan a fogyasztási modellre, de azt nem alakíthatja szabadon; *b)* az árakkal és jövedelmekkel nem lehet szabadon manipulálni, mert azokat elsősorban az objektív termelési feltételek és a nem kevésbé objektív elosztási törvények határozzák meg.* A legnagyobb ellenvéleményt — az előbbi tételben implicite megfogalmazott — azon gondolat váltja ki, miszerint a tervezőt és a fogyasztási cikkek piacra szállító termelőit *semmiféle szabály nem kényszerítheti arra, hogy bizonyos módon reagáljanak a kereslet és a kínálat közötti egyensúly hiányára.*

Állíthatjuk tehát, hogy a tervezés egyáltalán nem szűkíthető le a terv összeállítására és csupán annak teljesítésére. A terv realizálása során számos javítást és változtatást kell végezni.

* Ez azt jelenti, hogy a kiskereskedelmi árak változásai nemcsak szabályozzák a fogyasztást, hanem befolyásolják a termelést és a lakossági reáljövedelmek elosztását is.

A rugalmasság problémájának különösen a fogyasztási cikkek termelésében van jelentősége.

Mint már említettük, a kereslet és a kínálat szerkezetének egymáshoz való igazítása a meglevő termelőapparátustól függ. Egyes árucsoportok esetében a termékválaszték megfelelő módosítása könnyen megvalósítható, másoknál viszont ennek lehetőségei elég korlátozottak. De még az utóbbi esetben is általában van lehetőség megfelelő átszervezésekre vagy — bizonyos erőfeszítések árán — azon cikkek termelésének növelésére, amelyek az adott időpontban hiánycikkek. Helyesnek látszik tehát Lipiński nézete, miszerint „nemcsak magasabb kiskereskedelmi, hanem (a szállítók részére) magasabb termelői árakat kellene megállapítani azokra a termékekre, amelyeknek — a piaci egyensúly érdekében — (a költségekhez képest) magasabb áron kell eljutniuk az átvevőhöz . . ."* Figyelmen kívül hagyjuk most Lipiński egységes forgalmiadókulcs bevezetésére tett javaslatát. Ez olyan kérdés, amely külön megvitatást igényel. Ehelyett azt a kétségkívül helyes gondolatát kívánjuk kiemelni, amely szerint az árrendszeren keresztül megfelelő anyagi ösztönzést kell teremteni a termelőknek, hogy ők ily módon termékeik választékát a lehető legjobban és leggyorsabban a fogyasztók keresletéhez és az abban végbemenő, a piac által jelzett változásokhoz igazítsák.

Meg kell jegyeznünk, hogy a „Zarys teorii gospodarki socjalistycznej" c. mű szerzői nagyon egyoldalúan értelmezik a fogyasztás tervezésének eddigi gyakorlatát. Figyelmen kívül hagyják mindazokat az új tendenciákat, amelyek napjainkban szinte valamennyi szocialista országban világosan megnyilvánulnak. A Német Demokratikus Köztársaságban az e téren szerzett tapasztalatairól H. Fischer és W. Köppert a következőket írja: „A fogyasztási cikkeket előállító iparágakban el kell vetnünk azt az eddigi egyoldalú termeléstervezési gyakorlatot, amelynek alapjául a termelőkapacitások és a rendelkezésre álló nyersanyagok szolgáltak, el kell viszont fogadnunk

* *J. Lipiński:* System cen środków konsumpcji a reforma podatku obrotowego, Ekonomista, 1969. 1. sz. 67. old.

azt az alapelvet, amely szerint a belső és külső piac igényei jelentik a terv kidolgozásának és realizálásának egyik lényeges kiindulópontját."*

Az előbbi megjegyzések tükrében világosan érzékelhetőek azok az eltérések, amelyek a fogyasztási modell koncepciójával kapcsolatos problémák értelmezésében mutatkoznak. A fogyasztási terv és a fogyasztási modell azonosítása teljesen feleslegessé teszi azt a kérdést, hogy a fogyasztási javak tervezett termelési szerkezete megegyezik-e vagy sem a javak vásárlóinak adott preferenciarendszerével. A fogyasztási modell fogalmának bevezetésével a *meglevő fogyasztói szokások jelentőségét, valamint a fogyasztás alapvető arányainak objektív feltételhez kötöttségét és történelmi jellegét kívánjuk hangsúlyozni. Úgy gondoljuk tehát, hogy ezen arányok formálásában a voluntarizmus bármely megnyilvánulása éppoly veszélyes, mint a gazdasági arányok meghatározásában általában.*

A fogyasztási modell általunk adott meghatározásába „belefér", hogy megkülönböztessük *a fogyasztás szerkezetében végbemenő lényes és lényegtelen változásokat.* Az elsőként említett változásokat — amelyek a fogyasztás fő irányaira vonatkoznak — a fogyasztási modell változásának nevezzük. A „Zarys teorii gospodarki socjalistycznej" c. mű szerzőinek igazuk van akkor, amikor azt hangsúlyozzák, hogy az operatív tervnek konkrétnak kell lennie. Ha pl. elterjed a miniszoknyadivat, a termelőnek meghatározott számú miniszoknya gyártását kell beterveznie. A szoknyák hosszának változása azonban még nem jelenti a fogyasztási modell megváltozását. A változást az olyan tényezők jelentenék, hogy növekednek pl. a bútorra fordított kiadások, vagy hogy a divat a korábbiaknál sokkal gyakrabban változik és következésképp fokozódott a javak „pszichológiai" kopása.

Látjuk tehát, hogy a „fogyasztási modell" fogalmának a meghatározása is teljesen más A. Wakarnál. Magáról a meghatározásról természetesen nincs értelme vitatkozni. Észrevételeink-

* *H. Fischer—W. Köppert:* Konsumentenbefragung in der sozialistischen Marktforschung. Berlin 1967. 10. old.

kel (amelyek részben polemikus jellegűek) nem azt kívánjuk bizonyítani, hogy a meghatározás általunk adott értelmezése másokénál találóbb. Amíg bizonyos meghatározásokat nem fogadnak el általánosan, addig minden szerzőnek jogában áll saját elnevezéseit és meghatározásait használni, feltéve, hogy azokat kellőképp definiálja. Magyarázataink elsődleges célja tehát az volt, hogy elkerüljünk olyan félreértéseket, amelyek ugyanazon meghatározások eltérő jelentésű használatából adódhatnak. Igyekeztünk bebizonyítani azt, hogy: *a)* célszerű a fogyasztási modell fogalmát az eddigiektől eltérő módon definiálni; *b)* szükség van arra, hogy tudatosítsuk magunkban azokat a (fogyasztási modell eltérő értelmezésével kapcsolatos) különbségeket, amelyek fennállnak a szocialista gazdaságban a termelésnek a társadalom fogyasztási szükségleteihez való alkalmazkodási mechanizmusa értelmezésében.

4. A FOGYASZTÁSI MODELL ÉRTÉKELÉSÉNEK KRITÉRIUMAI

A fogyasztási modell meghatározásával kapcsolatban felmerül az az alapvető jelentőségű kérdés, lehet-e értékelni a fogyasztási modell változásait, vannak-e alapok olyan társadalmi-gazdasági értékeléshez, amelyek eldöntenék, hogy az adott fogyasztási modell jobb, mint egy másik.

A fogyasztási modellel kapcsolatos megfontolások kiindulópontjául annak a megállapításnak kell szolgálnia, hogy vannak olyan objektív társadalmi szükségletek, amelyek kielégítése a társadalom anyagi és kulturális fejlődése szempontjából alapvető jelentőségű. Ilyenek a táplálkozással, a lakással, az egészségügyi ellátással, a pihenéssel, a kulturális szolgáltatások igénybevételével stb. kapcsolatos szükségletek. E szükségletek kielégítési foka nemcsak az adott társadalom fejlettségétől és az egy főre jutó nemzeti jövedelem nagyságától függ, hanem a fogyasztási mintától is; vagyis egyrészt a — társadalom tagjainak egyéni fogyasztását meghatározó — jövedelemelosztástól, másrészt pedig azoknak az egyéb szükségleteknek a nyomásá-

tól, amelyek a társadalmi fejlődés szempontjából kevésbé jelentősek, de nagyon fontos szükségleteket fojthatnak el vagy szoríthatnak ki. A fogyasztási modell tehát különböző mértékben mozdíthatja elő a társadalmi fejlődést, a társadalom tagjainak számszerű gyarapodását, fizikai és erkölcsi egészségét, valamint kulturális fejlődését.

A fogyasztási modell szoros kapcsolatban áll az adott társadalom, különösen pedig a különböző társadalmi osztályok, rétegek és csoportok életstílusával. A szociológusok napjainkban valamennyi szocialista országban nagy érdeklődést tanúsítanak a szabad idő vizsgálata iránt. A szabad idő eltöltésének módja kétségtelenül igen nagy jelentőségű az ember sokoldalú fejlődése, életerejének megújítása szempontjából. (Ez utóbbi az élettel, a munkával, a szakmájával való megelégedettségében érzékelhető.)

Nem mindenki látja azonban tisztán a szabad idő és a társadalmi fogyasztási modell közötti szoros összefüggést, holott ez a kapcsolat nyilvánvaló: a szabad idő lényegében a fogyasztási célra rendelkezésre álló idő. A fogyasztási idő meghosszabbodásának maga után kell vonnia egyes fogyasztásfajták növekedését. Ha a munkaidő úgy csökken, hogy nem oldjuk meg a fogyasztás problémáit, akkor az minden bizonnyal negatív társadalmi jelenségeket (huliganizmust, alkoholizmust) vált ki. A szabad idő megszervezésére irányuló kísérleteknek másrészt az adott fogyasztási minta alakítására is ki kell terjedniük (pl. a kiskert-gazdaság fejlesztése szükségessé teszi a kerttulajdonosok szerszámmal, vetőmaggal stb. való ellátását, a horgászoknak pedig horgászfelszerelésre, a turistáknak közlekedési eszközökre, különböző felszerelésekre van szükségük).

A fogyasztási modell változása új szükségleteket tesz általánossá és meghatározza kielégítésük módját.

A szocialista gazdaságban a helyes fogyasztási modell kialakítása fontos szerepet játszik a gazdasági szabályozókkal és a dolgozók ösztönzésével kapcsolatos problémák megoldásában. A kérdést nagyon leegyszerűsítenénk, ha a termelők anyagi érdekeltségét a kapott munkadíjak, valamint a végzett munka és annak eredménye közötti megfelelő viszony meghatározásá-

ra redukálnánk. Az ösztönzők működése és intenzitása, sőt iránya is a szükségletektől és azok kielégítési módjától függ. A jövedelmek differenciálásának kizárólag akkor van értelme, ha annak megfelel a fogyasztási javak és szolgáltatások differenciált kínálata. A magasabb jövedelmek megállapításából logikusan annak kell következnie, hogy a társadalom elismeri az adott jövedelemszintnek megfelelő fogyasztási modellt.*

A fogyasztási modell az adott ország gazdasági szerkezetének egyik része. Gazdasági szerkezetnek az adott ország gazdaságát jellemző alapvető gazdasági paraméterek összességét és a köztük levő relációkat értjük. Ide soroljuk a mezőgazdaság és az ipar, a kitermelő és a feldolgozó iparágak, az „A" és a „B" szektor, a külkereskedelmi forgalom és a hazai termelés, a természetes népszaporulat és a foglalkoztatottság növekedése közötti arányt, a szakképzett munkaerő és összes foglalkoztatott viszonyát stb. Ez a struktúra nagymértékben befolyásolja a gazdasági növekedés ütemét, különböző fejlődési akadályokat és szűk keresztmetszeteket idézhet elő, s meghatározza ezek felszámolásának objektív lehetőségeit.

Mint már említettük, a gazdasági struktúra egyik meghatározója a fogyasztási modell. Ha pl. a társadalom jövedelmének jelentős részét élelmiszerekre fordítja, akkor az élelmiszerek iránti kereslet jövedelemrugalmassága viszonylag nagy, és a kiegyensúlyozott növekedés feltételeinek biztosításához a mezőgazdasági termelés növelésére vagy a mezőgazdasági cikkek importjának megfelelő mértékű emelésére van szükség. A fogyasztási modell tehát jelentős mértékben meghatározza a beruházások ágazati struktúráját, ami — mint ismeretes — erősen kihat az egész nemzeti jövedelem növekedési ütemére. A fogyasztási modell és a gazdasági növekedés között kölcsönhatás érvényesül.

A fogyasztási modell jellemzéséhez fontos, hogy meghatározzuk mind a társadalom által érzékelt szükségleteket és intenzitásukat, mind pedig a szükségletek kielégítésének mód-

* Ez természetesen nem jelenti azt, hogy a fogyasztási színvonalban kialakulható éles ellentmondások veszélye figyelmen kívül hagyható.

ját. A javak helyettesíthetősége lehetővé teszi az adott szükséglet különböző módon történő kielégítését.

A fogyasztási modell tehát viszonylag takarékos vagy viszonylag pazarló modellként határozható meg. Viszonylag takarékos modellnek azt a fogyasztási struktúrát tekintjük, amely mellett adott szükségletek kielégítése kisebb társadalmi munkaráfordítást igényel, mint más, általunk ismert variáns esetén. Természetesen feltételezzük, hogy a szükségletek skálája és kielégítésük foka az összes vizsgált változatban — legalábbis hozzávetőlegesen — azonos.

A pazarló fogyasztási modell szembetűnő példája a fejlett tőkésországokra jellemző, mesterségesen előidézett kereslet. A kereslet mesterséges jellegét az a körülmény is bizonyíthatja, hogy a társadalom jelentős része egyes javak fogyasztását nem az általa érzékelt szükségletekből adódónak, hanem külső kényszer által kiváltott fogyasztásnak tekinti. Itt a fogyasztási cikkeknek a divat gyakori változásai miatt bekövetkező, rendkívül gyors „pszichológiai kopására" utalunk. Magának a divat jelenségének kétségtelenül mély szociológiai és pszichológiai alapjai vannak. Tehát a szocialista rendszerben sem lehet a divatot felszámolni. E területen azonban — amint ezt a fejlett tőkésországok tapasztalatai mutatják — a társadalom munkájának hatalmas mérvű pazarlását eredményező elfajulások következhetnek be.* A fogyasztási modell elemzése során ez a kérdés nem hagyható figyelmen kívül.

Bár a társadalmi szükségletek kialakulásának folyamatát és a fogyasztás mozzanatát nem vizsgálja a politikai gazdaságtan, a fogyasztási modell közgazdasági jelentősége mégis igen nagy. A fogyasztás a termelés—elosztás—csere—fogyasztás mozzanataiból összetevődő társadalmi újratermelési folyamat egyik elemeként jelenik meg. Ez az elem nem tekinthető csupán az újratermelési folyamat előző szakaszainak eredményeként és azok passzív meghosszabbításaként. A szocialista rendszerben a termelés célja a fogyasztás. Ez azonban nem jelenti azt, hogy

* Az Egyesült Államokban csupán a személygépkocsi-modellek változása miatt évi 3—4 millió dollár költség mutatkozik.

eltekinthetünk a fogyasztásnak a munkaerő újratermelésében betöltött szerepétől, s ezáltal a társadalmi munka termelékenységére gyakorolt hatásától. A fogyasztás — az újratermelési folyamat többi összetevőjére gyakorolt hatása révén — fontos és bizonyos mértékig autonóm szerepet játszik. Ez elegendő ok ahhoz, hogy a fogyasztás felkeltse a közgazdászok érdeklődését.

„A lezáró aktus pedig, a fogyasztás — írja Marx —, amelyet nemcsak végpontnak, de végcélnak is felfognak, tulajdonképpen kívül esik a gazdaságtanon, kivéve amennyiben megint visszahat a kiindulópontra és az egész folyamatot újból elindítja."*

A gazdasági ismérvek mellett nem kevésbé fontosak a gazdaságon kívüli kritériumok, amelyek lehetővé teszik a fogyasztási modell által az életstílusra, az emberek közötti kapcsolatokra és a szocialista rendszer egész fejlődési folyamatára gyakorolt — pozitív vagy negatív — hatás értékelését.

Az előbbiekből következik, hogy a fogyasztási modell társadalmi-gazdasági értékelésének megvannak az alapjai. El kell ismerni azonban, hogy a modell általunk bemutatott funkciói alapján nehéz megállapítani azokat a kritériumokat, amelyek biztosítják a társadalmi szükségletek kielégítettségi fokának kvantitatív meghatározását. Továbbá el kell ismerni, hogy nincsenek olyan eszközeink, amelyek lehetővé tennék különféle fogyasztási irányok súlyának meghatározását, vagy ezen irányok fontossági sorrend szerinti rendezését. A társadalmi értékelés folyamata külön vizsgálatot igényel. Elméleti szempontból azonban óriási jelentőségű az a megállapítás, hogy a fogyasztási modell össztársadalmi szempontból történő értékelésének vannak bizonyos objektív kritériumai. A fogyasztói szuverenitás védelmében felhozott fő érv szerint ugyanis az egyéni fogyasztónál senki sem tudhatja jobban, hogy a társadalomnak igényei kielégítéséhez mire van szüksége. A másik érv az, hogy az adott közösséget alkotó egyének ízlése és kívánságai teljesen szubjektívek, tehát kívülről nem értékelhetők (*de gus-*

* *Marx—Engels* Művei. 13. köt. Budapest 1965. 156—157. old.

tibus non est disputandum). Az utóbbi érv nem abszolút értékű, mert mindenki elismeri, hogy: *a)* az egyéni ízlés alakulása nem mentes a külső hatásoktól, *b)* vannak olyan esetek, amikor a társadalomnak joga van állást foglalni az egyéni fogyasztással kapcsolatban, (ha pl. a kábítószerekről, az alkoholról stb. van szó). Az említett érvek képviselői a személyi fogyasztás e két vonatkozásának azonban mellékes szerepet tulajdonítanak, megállapítva, hogy ezek olyan kivételek, amelyek inkább erősítik, mint gyengítik az uralkodó szabályt.

A kérdés teljesen új megvilágításba kerül, ha a fogyasztási modellt szélesebb összefüggéseiben vizsgáljuk, vagyis úgy, hogy figyelembe vesszük a termelés és a fogyasztás közötti kölcsönös egymásrahatást, valamint a fogyasztási struktúra alakulásának a társadalmi fejlődésben betöltött szerepét.

1. A fogyasztók egyéni ízlését természetesen nem vethetjük értékelő vizsgálat alá. Vita tárgyát képezheti azonban az ízlés alakulása, valamint az a meglevő fogyasztási modell, amely az egész gazdasági rendszer racionalitása és hatékonysága szempontjából alapvető szerepet játszik.

2. A fogyasztási modell általunk bemutatott koncepciója kiküszöböli a polgári közgazdaságtan felfogásának kettősségét a fogyasztó szerepével kapcsolatban. Ez a kettősség két területen mutatkozik meg:

— a fogyasztónak egyszer passzív, másszor aktív szerepet tulajdonítanak; egyrészt azt állítják, hogy a fogyasztói választás határozza meg a termelési tényezők allokációját (vagyis azt, hogy mit termeljenek), másfelől pedig azt hangoztatják, hogy a fogyasztói választás a piaccal és a szükségletekkel való manipuláció következménye;

— egyfelől azt az elvet fogadják el, hogy az egyéni fogyasztó azt vásárolja, ami számára a legnagyobb megelégedettséget biztosítja, tehát az egyéni preferenciák tiszteletben tartása az általános jólét maximálásának elengedhetetlen feltétele, másfelől megállapítják, hogy az egyén megelégedettsége nemcsak attól függ, amit saját maga fogyaszt, hanem attól is, hogy mit fogyasztanak mások. (Az adott egyén optimálisan használhatja fel pénzjövedelmét, miközben az uralkodó fogyasztási modell

következményeként jelentkező „társadalmi disszonancia" miatt kínzó kétségbeesés töltheti el.)

Az össztársadalmi nézőpont primátusának elismerése látszólag leszűkíti az egyén jogait, s korlátozza fogyasztói szuverenitását. A valóságban azonban sokkal előkelőbb helyet biztosít az egyénnek. Az aktív—passzív fogyasztóról alkotott felfogást ebben az esetben a teljesen aktív fogyasztó koncepciója váltja fel, akiben az aktivitás két formában jelentkezik:

— aktív a fogyasztó, amikor él a fogyasztói választás szabadságával, vagyis személyi preferenciáinak megfelelően vásárol fogyasztási javakat;

— az egyén (mint a társadalom tagja) aktív, amikor részt vesz nemcsak a saját fogyasztásával, hanem a társadalmi fogyasztási minta megválasztásával kapcsolatos döntések meghozatalában is; az egyén ekkor nemcsak a környezet befolyásának tárgya, hanem egyidejűleg maga is tudatosan hatást gyakorol környezetére.

3. Mint megállapítottuk, még a fogyasztói szuverenitás szélsőséges hívei sem tagadják meg a társadalomtól azt a jogot, hogy beavatkozzon a személyi fogyasztás kérdéseibe. Ezek azonban különös és véletlenszerű esetek. Másfelől meg kell állapítani, hogy még azok a közgazdászok is, akik jóval nagyobb szerepet szánnak a társadalmi preferenciáknak — s akik e szerepet nem korlátozzák csupán a vodka megadóztatására és a kábítószerfogyasztás megtiltására vagy az iskolai reggeli étkeztetések szubvencionálására — a társadalmi preferenciákat rendszerint azoknak az esetleges korrekcióknak a szemszögéből vizsgálják, amelyeket a társadalom eszközöl az egyéni választási aktusokban. A társadalmi preferenciákat tehát rövid távú megvilágításban vizsgálják. A mi felfogásunk szerint a fogyasztás és az életstílus fejlődési irányaira vonatkozó, tehát a hosszú távra szóló fogyasztói preferenciáknak van alapvető jelentőségük. Csak hosszú távon válik lehetővé és ugyanakkor szükségessé a különböző fogyasztási modellek közötti választás.

A FOGYASZTÁSI MODELL ALAKULÁSÁNAK ÁLTALÁNOS KÉRDÉSEI

1. EGYÉNI ÉS TÁRSADALMI PREFERENCIÁK A FOGYASZTÁSBAN

A kapitalizmusból a szocializmusba való átmenet nemcsak a gazdasági, társadalmi és politikai viszonyok megváltozását jelenti, hanem mélyreható változásokkal jár a munkakörülményekben, az emberi kapcsolatokban, az életstílusban, az erkölcsben, az emberek jellemében és életeszményeiben is. Ezek az átalakulások erős hatást gyakorolnak mind a társadalmi fogyasztási mintára, mind annak alakulására.

Az előbbiek kapcsán kibontakozik az egyéni és a társadalmi preferenciák szerepe ebben a folyamatban, amivel a korábbi fejezetekben már foglalkoztunk.

Mindenekelőtt két kérdésre kell választ adnunk:

1. Van-e az egyénnek meghatározott preferenciaskálája?

2. Az egyéni fogyasztói preferenciák ismerete elegendő-e a fogyasztási cikkeknek — a társadalmi fogyasztási szükségletek legjobb kielégítését biztosító — a termelés struktúrájával kapcsolatos probléma megoldásához?

A fogyasztói preferenciaskála létezésével kapcsolatos kérdés a preferenciák egyenlőségére, ill. tranzitivitására vonatkozik. Vagyis a kérdés az, hogy amikor a fogyasztó — adott jövedelem és árak mellett — választ, akkor az *A* termékkombi-

nációt* választja-e és ezáltal kifejezésre juttatja, hogy azt a *B* termékvariációval szemben előnyben részesíti; másfelől pedig az, hogy ha a *B* variáció iránti preferenciája nagyobb, mint a *C* iránti, akkor az *A*-t *eo ipso* előnyben részesíti-e *C*-vel szemben? Ugyanis az a rendezett halmaz, ami a fogyasztó preferenciaskáláját alkotja,** csak ebben az esetben határozható meg. Empirikus vizsgálatok (vagyis a fogyasztói magatartásnak a piaci helyzet változásakor történő megfigyelése) alapján nagyon nehéz vagy egyenesen lehetetlen válaszolni erre a kérdésre.*** A tömegstatisztikai adatok ugyanis nem az egyéni választási aktusokra, hanem a felhasználható jövedelem és a — különböző csoportokba tartozó egyének preferenciái szempontjából heterogén — társadalmi csoportok választásaira vonatkoznak. Számolni kellene azzal a lehetőséggel is, hogy egyazon személynek a preferenciái csak meghatározott intervallumban állandóak, azon kívül pedig nem.

Ezekből a meggondolásokból — meggyőződésünk szerint — egyáltalán nem következik, hogy teljesen el kell vetni „az egyéni fogyasztói preferenciák" fogalmát. Kétségtelen ugyanis, hogy a különböző fogyasztói csoportoknak meghatározott ízlésük, hajlamaik és fogyasztási szokásaik vannak, amelyek jelentőségét nem lehet lebecsülni. Meg kell viszont szabadulni a fogyasztói választásra vonatkozó szubjektív elméletek befolyásától és zavaró hatásától, amelyek lényegében a „fogyasztói

* Rendszerint ugyanis a javak egész halmazai, és nem egyes áruk közötti választásról van szó.

** Minthogy az alapvető fogyasztói közösség a háztartás, a fogyasztói preferenciákról beszélve általában a családi preferenciákra gondolunk. A család azonban több főből áll. Ezért akkor, amikor egyéni preferenciaszintről családi preferenciaszintre térünk át, bizonyos értelemben hasonló problémák jelentkeznek, mint a családi preferenciáról a társadalmi preferenciára való áttéréskor. Erre J. Arrow hívta fel a figyelmet. (Lásd *J. Arrow:* Social Choise and Individual Values. New York 1973. II. kiadás. 9. old.) — Ugyanakkor ezen a vásárlói döntési szinten jelentkezik az ún. választási paradoxon is, amiről a fejezet további részeiben lesz szó.

*** Lásd *J. R. Hicks:* A Revision of Demand Theory. Oxford 1956. 54. old.

szuverenitás" felmagasztalt koncepciójához és ahhoz az állításhoz vezetnek, hogy a szabadversenyes rendszer a társadalmi megelégedettséget maximalizálja. A fogyasztói preferenciák (legalább részleges) megismerésének kulcsa: a családi költségvetések elemzése és a fogyasztási cikkeket vásárló emberek magatartásának, viselkedésének megfigyelése. Ezeknek a sztochasztikusan értelmezett és a folyamat tömegszerűségében „retusálva" megjelenő preferenciáknak az összessége adja az emberek magatartásában, viselkedésében tükröződő társadalmi fogyasztási mintát.*

A szovjet közgazdasági irodalomban is vita folyik az egyéni fogyasztói preferenciákkal és azoknak a tervezésben való figyelembevételével kapcsolatban. A. I. Kacanelinbojgen, J. V. Ovsijenko és E. J. Fajerman a népgazdasági terv optimálásával foglalkozó művükben hangsúlyozzák, hogy: „az ember a számára megfelelő rendszerben értékeli a különböző javakat, viselkedési módokat stb. Ezek az értékelések a fejlődés és a nevelés folyamatában kialakult emocionális mechanizmusok közvetítésével születnek meg. Ezért objektív valóságként kell azokat elfogadnunk."**

J. A. Kronrod ezt a nézetet bírálva a szerzők szemére veti a közgazdasági optimum szubjektív értelmezését.*** Abban egyetértünk Kronroddal, hogy az egyéni preferenciák az optimális terv összeállításához nem szolgálhatnak kiindulópontul. (Véleményünket később indokoljuk.) Nehéz volna azonban egyetérteni azzal, hogy az említett nézet szubjektív koncepció. Az értékelés és a nézetek adott rendszere — még akkor is, ha a fogyasztásról van szó — objektív valóság. E nézetek szubjektivista interpretálása két formában jelentkezhet: *a)* ha azokat

* Lásd *A. Hodoly:* Zachowanie sie konsumentów jako przesłanka polityki konsumpcji. Ekonomista, 1970. 1. sz.

** *A. I. Kacenelinbojgen, J. V. Ovsijenko, E. J. Fajerman:* Metodologicseszkije voproszi optimalnovo planyirovanyija szocialisztyicseszkoj ekonomiki. Moszkva 1966. 33. old.

*** Lásd *J. A. Kronrod:* Objektivnije i szubjektivnije faktori v razvityii szocialisztyicseszkoj ekonomiki. Ekonomicseszkije nauki, 1969. 7. sz. 18. old.

elszakítjuk az emberi tudatot formáló anyagi viszonyoktól, *b)* ha — rendszerint azért, mert a kutató számára kényelmetlenek — tagadjuk a társadalmi tudattal kapcsolatban reálisan létező jelenségeket. Ez utóbbi esetben az egyéni megítélés elvet bizonyos társadalmi értékkel rendelkező nézeteket. Ez kétségtelenül szubjektivizmus.

Külön kérdést jelent az egyéni preferenciák szerepe az optimális terv megalkotásában. Már az előző fejezetben utaltunk erre a kérdésre. Most részletesebb megválaszolásával próbálkozunk. Véleményünk szerint az egyéni fogyasztói preferenciák rendszere a következő okok miatt nem elegendő a társadalmi szükségleteknek legjobban megfelelő termelési struktúra problémájának a megoldásához:

1. A közös fogyasztás nagy és egyre bővülő körét nem határozhatják meg az egyéni hajlamok, mert:

a) az egyének az egyedi piaci vásárlási aktusokkal nem képesek egyes közösségi szolgáltatások iránt a szükséges keresletet biztosítani (pl. bel- és külbiztonság),

b) a személyi fogyasztásnak ezen a területen a társadalom egésze szempontjából fontos külső hatásai vannak (oktatás, gyógyászat stb. — nemcsak a közvetlen érdekelt személyt, hanem az egész társadalmat érinti).

2. A gazdasági növekedés alapproblémái — tehát mindenekelőtt a nemzeti jövedelem fogyasztási és felhalmozási alapra történő felosztása — nem oldhatók meg helyesen az egyéni érdekekből kiindulva. Ez a fogyasztásra és a felhalmozásra való felosztás nemcsak a rövid távú fogyasztás és a szükségletek későbbi kielégítésének kérdését határozza meg, hanem kihat az egyes javak és szolgáltatások termelésének időbeli megoszlására is.

3. Ahhoz, hogy helyesen tudjuk a termelést a társadalom fogyasztási szükségleteihez igazítani, a perspektívát kettős értelemben kell előre látni: át kell tekinteni a gazdaság egészét, valamint a termelést és a fogyasztást meghatározó paraméterek (a nemzeti jövedelem növekedése és elosztása, a műszaki koefficiensek, a beruházások nagysága és ágazati struktúrája stb.) változásait, továbbá ismerni kell a gazdaság fejlődését rövid és

hosszú távon. Ilyen látókörrel csak a népgazdaság fejlődését tervező szerv rendelkezhet. Voluntarizmussal fenyegetne, ha a fogyasztási struktúra kívánatos változásait e perspektíva nélkül fogalmaznák meg. Ezek a változtatások tehát csakis a társadalom mint egész szükségleteinek és lehetőségeinek nézőpontjából hajthatók végre.

4. Az embert mint egyéni fogyasztót a választás más motívumai és szempontjai irányítják, mint az egész közösség fogyasztásának kívánatos alakulásáról a társadalom tudatos tagjaként döntő (vagy a döntésekben részt vevő) embert.*

A társadalom kettős vetületben lép fel: egyrészt a termelésben, az elosztásban és a fogyasztásban részt vevő egyének összessége, másfelől magasfokúan szervezett közösség. Ezzel függ össze, hogy két preferenciarendszer van: az egyéni preferenciák rendszere és a társadalmi preferenciák rendszere.

A fogyasztás területén érvényesülő társadalmi preferenciák az egyéni választási aktusokon kívül eső kérdéseket érintik. Időnként ellentétbe is kerülhetnek az egyéni preferenciákkal. A döntéseknek azonban van egy olyan széles köre, ahol a társadalmi preferenciarendszer egybeesik az egyéni preferenciák rendszerével (pl. társadalmi szempontból semmi sem szól az ellen, hogy az emberek meghatározott szabású ruhát hordjanak. El kell tehát fogadni, hogy a társadalom olyan ruhát „akar", ami megfelel a fogyasztók egyéni ízlésének és hajlamainak). A társadalmi preferenciarendszer pontosabb meghatározásához sok információt és adatot kell szerezni a különböző társadalmi igények intenzitásáról és súlyáról. A társadalmi szükségleteket az adott társadalom történelmi fejlődésének egész folyamata objektíve meghatározza. A szubjektív elem csak a szükségletek intenzitásának és súlyának meghatározásában rejlik. Ezt az értékelést azonban a tervgazdaság nem nélkülözheti. Marx erre többször emlékeztet, amikor a rendelkezésre álló készletek fel-

* C. Landauer a következőképpen fejezi ki ezt az elvet: „A fogyasztó mint egyén kívánságai nem esnek egybe az egyén, mint a társadalom tagjának vágyaival." (*C. Landauer:* Theory of National Economic Planning. II. kiadás. Berkeley 1947. 21. old.)

osztása és a társadalmi szükségletek terjedelme közötti kapcsolat meghatározásának fontosságát emeli ki.*

A jóléti gazdaságtan („welfare economics") képviselői a jóléti függvényt rendszerint a kardinális hasznosságok azon összegeként definiálják, amit a javak és szolgáltatások együttese jelent a különböző egyének számára. Az ún. „new welfare economics", „új jóléti gazdaságtan" — legjelesebb képviselőjének V. Paretot tekintik — annak feltételezésével, hogy a preferenciák *értékek és nem mennyiségek*, kimondja a hasznosságok összegezhetőségét. Más szavakkal: a fogyasztói magatartás megfigyelésével nem lehet megállapítani a *mennyiségileg mérhető* preferenciákat. Az egyén viszont kialakíthatja egyéni preferenciáinak *rendezett halmazát*, s ilyen módon kifejezésre juttathatja, hogy az egyik fogyasztási variáció iránti preferenciája nagyobb, egyenlő vagy kisebb, mint a javak egy másik variációjával szemben.

A „new welfare economics" képviselői az egyéni preferenciaskálából kiindulva a preferenciák közösségi rendezett halmazának megszerkesztését erőltetik, amit a társadalmi preferenciaskálával azonosítanak.

T. Scitovsky így ír erről: „Sokat fogunk foglalkozni azzal, hogy a gazdasági szervezetet a fogyasztói preferenciákhoz vagy a társadalmi preferenciákhoz igazítsuk. Mindezekben az esetekben nem a hegeli értelemben vett társadalomra vagy az adott közösség tagjainak összegénél valamivel többet képviselő ún. kollektív egészre, hanem az egyéni preferenciákhoz való alkalmazkodásra fogunk gondolni."**

A nyugati irodalomban többször említették azt a kérdést, hogy a valóságban nincs összekötő kapocs a különböző egyének „közömbösségi görbéi" és a társadalmi preferenciagörbe között. Ezzel Scitovsky is tisztában van, amikor előbb idézett megállapításához a következő megjegyzést fűzi: „Intuitíve nem természetszerű az, hogy a gazdasági szervezet egyidejűleg al-

* Lásd *Marx:* A tőke. III. köt. 200. old.

** *T. Scitovsky:* Welfare and Competition. The Economics of a Fully Employed Economy. London 1952. 68. old.

kalmazkodhat különböző személyek különféle preferenciáihoz, ... ez nem mindig lehetséges."*

A kérdés azonban nemcsak a különböző csoportok preferenciáinak figyelembevételi lehetőségére korlátozódik. Ha el is fogadjuk a többségi választás elvét, akkor is felmerül a kérdés, hogy meg lehet-e állapítani a társadalmi preferenciákat az egyéni választási aktusok alapján.**

A kérdést érdekes megvilágításba helyezi az ún. választási paradoxon.***

Tegyük fel, hogy adott három személy — A, B, C — akiknek három lehetőségre — x, y, z — vonatkozóan meg kell határozniuk a preferenciákat.

Vegyük a következő jelöléseket: $x\ P\ y$ jelentse azt, hogy az adott személy x-et jobban akarja, mint y-t, ennek fordítottja pedig $y\ P\ x$ azt jelenti, hogy y-t előnyben részesíti x-szel szemben, P'-vel a kollektív preferenciát, vagyis az adott csoport többségének preferenciáját jelöljük.

Tételezzük fel, hogy a következő szavazási eredményt kaptuk:

$$A — x\ P\ y,\quad y\ P\ z,$$
$$B — y\ P\ z,\quad z\ P\ x,$$
$$C — z\ P\ x,\quad x\ P\ y.$$

* Ugyanott.

** A polgári közgazdaságtanban gyakran hasonlítják össze a piaci mechanizmust a választási szavazással, a „fogyasztói szuverenitást" pedig a demokráciával azonosítják. Samuelson szerint a fogyasztók szavazatai határozzák meg, hogy mit fognak gyártani. Ez nem kétévenkénti választásokon történik, hanem naponta, amikor arról döntenek, hogy ezt és nem a másik cikket vásárolják meg. (Lásd *P. A. Samuelson:* Economics. An Introductory Analysis.)

*** Ezt a paradoxont elsőként J. A. de Condorcet fogalmazta meg „Essais sur l'application de l'analyse à la probabilité des décisions rendues a la pluralité des voix" (Párizs 1785.) c. művében. Több más szerző is foglalkozik ezzel a kérdéssel. (Lásd *E J. Nanson:* Methods of Election. „Transaction and Proceedings of the Royal Society of Victoria." 1882. 19. köt. és *J. Arrow:* Social Choice and Individual Values. VIII. fejezet.)

Vagyis *A* *x*-et *y*-nál, *y*-t pedig *z*-nél jobban akarja, *B* előnyben részesíti *y*-t *z*-vel, *z*-t pedig *x*-szel szemben, *C* preferálja *z*-t *x*-szel és *x*-et *y*-nal szemben.

A szavazatok összesítésével megállapítjuk, hogy

— a többség (vagyis *A* és *C*) preferálja *x*-et *y*-nal szemben,

— a többség (vagyis *A* és *B*) *y*-t *z*-vel szemben előnyben részesíti.

Az alkalmazott jelölésekkel az eredményt a következőképp írhatjuk fel:

$$x \; P' \; y, \text{ valamint } y \; P' \; z.$$

Ha a szavazásnak rendezett (kollektív) társadalmi preferenciarendszert kell eredményeznie, el kell fogadnunk a „tranzitivitás" elvét. Vagyis *ha az adott közösség előnyben részesíti x-et y-nal y-t pedig z-vel szemben, akkor ebből logikusan az következik, hogy x-et preferálja y-nal szemben. Vagyis ha x P' y, valamint y P' z, akkor x P' z.*

Könnyen meggyőződhetünk azonban arról, hogy *a többség x-et egyáltalán nem részesíti előnyben z-vel szemben.* *B* és *C* (tehát a többség) *z* iránt nagyobb preferenciát nyilvánított ki, mint *x* iránt. Ezért fel kellene írnunk, hogy: *z P' x*. Tehát teljesen ellenkező következtetésre jutunk.

A „ciklikus többség" bizonytalanságának kiküszöbölése céljából különböző eljárásokat lehet keresni a választási procedúra javítására. Ez a mi esetünkben azonban egyáltalán nem lényeges. Nem keressük a tökéletes választási rendszert, hanem azt fontoljuk meg, hogy az egyéni preferenciák rendszeréről át lehet-e térni a társadalmi preferenciaskálára. A „választási paradoxon" — ebből a szempontból — rendkívül érdekes. Bebizonyítja, hogy a „választás" eredményeként a piacon olyan helyzet állhat elő, amely a többségnek egyáltalán nem tetszik. Hangsúlyoznunk kell, hogy a többség eme álláspontjának egyáltalán nem a közérdek figyelembevételéből kell következnie (ez külön kérdést jelent), hanem ugyanazoknak az egyéni preferenciáknak lehet a következménye, amelyek az adott helyzet kialakulásáért felelős egyedi választási aktusokat határoz-

ták meg.* Úgy látszik, hogy e megállapítás megerősítésére a gyakorlat épp elég példát szolgáltat.

Természetesen a „választási paradoxon" még nem magyarázza meg a jóléti gazdaságtan elméleti konstrukcióiban megnyilvánuló ellentmondásokat. A legáltalánosabban megfogalmazva az ilyen jellegű ellentmondás lényege az, hogy a társadalmi optimum meghatározására törekszik, miközben rendszerkoncepcióiban megmarad a termelési eszközök magántőkés tulajdonán nyugvó gazdasági rendszer alapján, filozófiai koncepcióiban pedig az individualizmus talaján.

A mi felfogásunk szerint a társadalmi preferenciarendszer nem az egyének szubjektív értékelésének és preferenciáinak egyszerű összege, hanem a társadalom politikai képviselete által — az egyéni fogyasztói keresletek és az egész közösség szükségleteinek mérlegelése alapján — végzett értékelés eredménye.

Az előbbiekkel kapcsolatban egyes szerzők** szívesebben beszélnek a „központi tervező preferenciáiról", mint a társadalmi preferenciákról. Nyilván úgy vélik, hogy az előbbi megjelölés az utóbbinál pontosabban határozza meg az értékelő alanyt. Ez a felfogás szerintünk a kérdés helytelen megragadásából adódik. Elsődlegesen az a fontos, hogy kinek a preferenciáit fejezzük ki, s nem az, hogy ki fejezi ki. Ha a programok alapelveit meghatározó tervezőtől annak figyelembevételét kívánják, hogy az alapelvek legyenek összhangban saját preferenciarendszerükkel, úgy ez a követelmény mindig teljesül. A valóságban azonban a probléma sokkal bonyolultabb. Arról van szó, hogy a tervező döntése legyen összhangban a társadalmi preferenciákkal.

A szkeptikusok kétségbe vonják, hogy a társadalmi prefe-

* Itt figyelmen kívül hagyjuk a korábban már említett problémákat, tehát azt a — demokrácia elvével összeegyeztethetetlen — körülményt, hogy a fogyasztási javak egyes vásárlóinak nem azonos számú szavazatuk van, s azokat a tényezőket, amelyek befolyásolják az egyéni fogyasztói döntéseket.

** Például a „Zarys teorii gospodarki socjalistycznej" c. mű szerzői, továbbá O. Lange és mások.

renciák fogalmának meghatározott tartalma van, és hogy az képes kielégíteni a közgazdasági elemzés szükségleteit. Ez bonyolult kérdés, de nem kevésbé bonyolult a fogyasztói magatartás, viselkedés elméleti alapját képező egyéni és családi preferenciák fogalma sem. „Az, hogy a fogyasztó hogyan viselkedik a piacon — írja P. A. Samuelson — csak a preferenciák alapján magyarázható, a preferenciákat pedig a magatartás, viselkedés alapján lehet magyarázni. Az eredmény könnyen bűvös körbe vezethet, s ez néhány meghatározás esetén kétségtelenül be is következik. Gyakran csak azt állapítják meg, hogy az emberek úgy viselkednek, ahogy viselkednek. Ennek a megállapításnak azonban nincs semmiféle empirikus következménye, mert semmilyen hipotézist nem tartalmaz, s összhangban van minden lehetséges viselkedési móddal, s nem döntheti meg semmiféle viselkedés."* Az, amit a fogyasztói viselkedés „tiszta elméletének" értelmében elhangzott megállapításnak lehetne tartani, Samuelsonnál inkább kiindulópontul szolgál, s a tények közönséges megfigyeléséből adódik, nem pedig elméleti megfontolások eredménye.

Megállapíthatjuk tehát, hogy:

— a fogyasztók naponta ezernyi választást kénytelenek elvégezni,

— kétségtelen, hogy a fogyasztói döntéseket bizonyos mértékben hajlamuk, ízlésük és szokásaik determinálják,

— a fogyasztói választás szabadságát mindig korlátozzák egyfelől a jövedelmek, másfelől a kínált áruk választéka és az árrendszer,

— a fogyasztóra mindig hatással van környezete, különösen pedig a fogyasztási mintákat sugalló reklám.

Ezek a teljesen banális megállapítások azonban semmitmondóak a gazdaságpolitika számára.**

* *P. A. Samuelson:* Zasady analizy ekonomicznej. 93. old.

** Elég, ha csak három, az említett megállapításokból adódó következtetésre mutatunk rá: *a)* vizsgálni kell a fogyasztók ízlését, *b)* a fogyasztói preferenciák befolyásolhatók és aktívan alakíthatók, *c)* a keresleti struktúra függ a kínálattól és az áraktól.

Gondolatmenetünket ebben az irányban folytatva könnyen eljutunk a társadalmi preferenciák fogalmához. A valóság megfigyelése alapján megállapíthatjuk, hogy az egyéni fogyasztóhoz hasonlóan a közhatalomnak is számtalan alkalommal kell választania a költségvetési eszközök egymással konkurráló célokra való fordításának lehetőségei között. Ha a politikusoknak egyáltalán nem lennének preferenciáik, képtelenek lennének bármiféle döntés meghozatalára. Kétségtelen, hogy amikor a politikusok különböző közérdekű kérdésekben határoznak, nem csupán saját választási kritériumaikat kell szem előtt tartaniuk. Mindig azoknak a társadalmi erőknek az érdekeit és preferenciáit fejezik ki (többé vagy kevésbé adekvát módon), amelyeket képviselnek. Annak a megállapításnak, hogy a társadalom nevében számtalanszor kell választaniuk, semmi köze nincs a gazdasági tervezés problémáinak szubjektív értelmezéséhez. Emlékezni kell ugyanis arra, hogy a választás objektíve meghatározott, s hogy eredményeit a gyakorlat verifikálja (vagyis a hibás választás aránytalanságok és feszültségek kialakulásához vezet).

A szocializmusban a társadalmi preferenciák kérdése új megvilágításba kerül. Ennek okai:

— a termelési eszközök társadalmi tulajdona és a tervgazdálkodás következtében a közhatalomnak sokkal több kérdést kell megoldania, mint a kapitalizmusban,

— az osztályok közötti antagonisztikus ellentmondások megszűnése lehetővé teszi az egész társadalom érdekeit kifejező és a társadalmi preferenciáknak megfelelő gazdaságpolitika folytatását (ez a politika arra épül, hogy a társadalom többségében tudatosulnak a tényleges társadalmi szükségletek).

A társadalmi preferenciák fogalmának tehát csak a szocializmusban van igazi értelme. Ez azonban nem jelenti azt, hogy a vélemények és az értékelések minden kérdésben megegyeznek, s könnyen általánosíthatók a társadalmi preferenciák módosított skálájává.

Mi itt a fogyasztási modellhez fűződő társadalmi preferenciákkal foglalkozunk. Ezekkel kapcsolatban figyelembe kell vennünk két fontos körülményt:

1. Mint említettük, az egyéni fogyasztói preferenciák és az össztársadalmi preferenciák széles köre megegyezik egymással. Ez nagyrészt a fogyasztási javak termelésének és a lakossági szolgáltatásoknak az adott struktúrájára és minőségére vonatkozik.

2. A fogyasztás kívánatos fejlesztési irányaihoz fűződő társadalmi preferenciák a társadalmi szükségletek fejlődésének bizonyos objektív törvényszerűségeit tükrözik. E szükségletek a különböző értékelések súrlódásának és ütközésének eredményeként tudatosulnak. A célszerű fogyasztási modellről alkotott nézet — általában a közvéleményhez hasonlóan — a társadalmi és politikai élet fejlődési folyamatában alakul*. Természetesen fennáll annak a veszélye, hogy a társadalom valamely része nem méri fel egyes — a társadalom további fejlődése szempontjából fontos — beruházások jelentőségét (pl. oktatási, kulturális beruházások). A társadalom java tehát azt kívánja, hogy az értékelések és vélemények egyeztetésének eredményeit ne az erők szabad játéka, hanem a legszélesebb tömegek általános és történelmi — nem pedig egyes társadalmi csoportok szűk, önző — érdekeit kifejező eszmék, nézetek és haladó irányzatok határozzák meg.

A „jóléti gazdaságtan" elméletével kapcsolatos vita arra a következtetésre vezetett, hogy az individualista koncepciók elfogadása lehetetlenné teszi a kollektív jóléti függvény és a társadalmi preferenciaskála meghatározását.**

Néhány szerző rámutat, hogy ez a probléma csak akkor oldható meg, ha feltételezzük, hogy a vélemények és a magatar-

* O. Lange a társadalmi preferenciafüggvény megszerkesztését a legkisebb eltérések elve alapján javasolja. Komoly kétségeim vannak ezzel a felfogással szemben, mert olyan problémákat kíván számítógépekkel megoldani, amelyek nem formalizálhatók. A szóban forgó kérdésben alapvető jelentőségű az emberek legszélesebb tömegeinek aktivizálása és bevonása a népgazdaság irányításába.

** J. Arrow érdeme annak (precíz logikai-matematikai apparátus segítségével történő) bebizonyítása, hogy az egyéni választási aktusok összekapcsolására nincs egyetlen olyan módszer sem, amelynek segítségével meg lehetne határozni a kollektív jóléti függvényt. (Lásd *J. Arrow:* Social Choice and Individual Values. 59—60. old.)

tások széles körben összhangban vannak, egyezőek.* A megkívánt összhang egyik alapvető feltétele, hogy az egyén elfogadja a közjó kritériumát. A piaci „szavazás" ilyen kritériumot képtelen figyelembe venni, ezért is áll távol a piaci mechanizmus a társadalmi optimum biztosításától. A közös magatartás és értékelés alapja csak az érdekközösség létrejöttével alakul ki. A többség által elismert társadalmi értékek hierarchiájának létezése olyan tényező, amely meghatározza az adott társadalom kulturális és erkölcsi arculatát. Ennek következménye az, hogy a társadalmi alternatívák értékelési kritériumai messzemenően egységessé válnak. Az egyének ízlése eltérhet egymástól a fogyasztás terén, azonban az egyének véleményei megegyezhetnek a különböző társadalmi állapotok értékelésében, vagyis hasonló véleményt alkothatnak a termelés és a társadalmi fogyasztás általános fejlődési irányairól. Továbbá ha figyelembe vesszük, hogy mind a társadalmi szükségletek, mind fejlődésük objektíve meghatározott, akkor arra a következtetésre jutunk, hogy van egy olyan széles terület, ahol a közös álláspontok és vélemények formálódhatnak. A társadalmi preferenciaskála meghatározásának lehetőségét tehát a társadalmi struktúra és a társadalmi preferenciák formálódásának mechanizmusa határozza meg. Az előzőekben már utaltunk az antagonisztikus osztályellentétek felszámolásának és a társadalom integrálódási folyamatának jelentőségére. Ami pedig a fogyasztás területén megnyilvánuló társadalmi preferenciák formálódásának mechanizmusát illeti, hangsúlyozzuk, hogy az a más kérdésekkel — pl. a gazdasági, a politikai és az erkölcsi kérdésekkel — kapcsolatos közvélemény alakulásának mechanizmusával egynemű**!

* „Az alapvető csoport-doktrína szerint — írja Arrow — meg kell különböztetni az adott pillanatban a változó külső hatások alatt formálódó egyéni akaratot a mindenkinél megnyilvánuló és mindenki számára közös közakarattól: ez utóbbin alapul a társadalmi erkölcs." (Ugyanott, 81. old.)

** A Szovjetunióban az utóbbi időben néhány érdekes, a közvéleménynyel foglalkozó munka jelent meg. Elsősorban *A. K. Ugyelov* „Obszesztvennoje mnyenyije szovjetszkovo obszesztva" (Moszkva 1973.) és *B. A.*

Ebben a tekintetben nemcsak annak van nagy jelentősége, hogy kimerítő információkat szerezzünk a fogyasztók igényeiről abból a célból, hogy kitöltsük a „fehér foltokat" a társadalmi preferenciák térképén, hanem annak is, hogy megismertessük a lakosságot a meglevő választási lehetőségekkel. A társadalmi alternatívák eltérő értékelésének gyakori oka a nem megfelelő tájékozottság, ezért e fogyatékosság kiküszöbölése a magatartás és a vélemények közötti nagyobb összhangot segíti elő. Nem kevésbé fontos *a társadalmi preferenciák világos megfogalmazása.* Ez nem szűrheti ki egyes fogyasztási irányok túlértékelését vagy nem kellő értékelését (bizonyos árucsoportok és szolgáltatások szubvencionálása vagy adóztatása lehet túlzott vagy nem kielégítő mértékű), de kiküszöböli egyes árucsoportok és szolgáltatások teljesen véletlenszerű és nem szándékolt preferálását (ami a termékválasztékra vagy az árakra hozott egyedi — gyakran decentralizált — döntések következményeként fordulhat elő).

A társadalmi preferenciák túl alacsony vagy túl magas „mutatói" viszonylag könnyen korrigálhatók. Ha azonban az áraknak a társadalmi költségektől való jelentős (le- és felfelé való)

Grusin: Mnyenyije o mire i mir mnyenyij (Moszkva 1967.) c. könyvét kell kiemelni. Ugyelov a közvéleményt a társadalmi tudat egyik formájaként, Grusin pedig annak állapotaként határozza meg. Érdekes Grusin könyvének recenziója. A recenzens szerint Grusin definíciója nem teljes. A tudat változásai eszméket más eszmékkel válthatnak fel, a tudat azonban csak akkor alakíthatja a valóságot, ha társadalmi erőként érvényesül. A közvélemény nem rendes tudatállapot, hanem a társadalmi életben működő szervomechanizmusok hatásával összefüggő specifikus jelenség. A vélemény ereje abban fejeződik ki, hogy az adott közösség megfelelő módon (vagyis a közvéleménynek megfelelően) jár el. A közvélemény tehát a tudat állapotának megfelelően alakuló, emberek közötti kapcsolatok reális kifejezője, s ugyanakkor olyan aktív hatás is, amelyben ereje nyilvánul meg. Kihat a társadalmi viszonyokra, az egyének és a társadalmi csoportok hasonló viselkedését alakítja ki, megerősítve vagy megváltoztatva a viselkedést. Kovalzon véleménye szerint csak ebben az értelmezésben válnak érthetővé a társadalmi tudat specifikus, az egyéni ítéletek és magatartások összességétől megkülönböztető specifikus jegyei. (Lásd *M. J. Kovalzon:* Iszledovanyije obsesztvennovo mnyenyija. Voproszi Filoszofii, 1968. 9. sz.)

eltérését a társadalmi preferenciák és a termelési lehetőségek nem indokolják, akkor ez az eszközök ésszerűtlen allokációjához vezet és deformálja a társadalmi optimum elérésének egész mechanizmusát.

2. A CÉLSZERŰ FOGYASZTÁSI MODELL

A szocialista rendszerben a társadalmi fogyasztási modellt egészen más tényezők alakítják, mint a kapitalizmusban. Mások az elosztási elvek, más az osztálystruktúra, más a termelés jellege. A termelés célja nem a profit maximálása, hanem a társadalom szükségleteinek optimális kielégítése. Tehát fennáll a fogyasztási modell tervszerű alakításának lehetősége (és objektív szükségszerűsége).

Ez nem jelenti azt, hogy a fogyasztási cikkekre és a lakossági szolgáltatásokra vonatkozó terv mindig megfelel a társadalmi preferenciáknak. Nem lehet lebecsülni azokat a veszélyeket, amelyek a — termelés összetételét nem a szükségleteknek megfelelően meghatározó — partikuláris vállalati érdekek és magában a tervezésben elkövetett hibák által előidézett torzításokban rejlenek. Ezeknek a hibáknak a következő okai lehetnek: *a)* a társadalmi szükségletek nem kellő ismerete, *b)* a vállalatok és a fogyasztók befolyásolására rendelkezésre álló eszközök nem megfelelő alkalmazása, *c)* a perspektíva hiánya.

A fogyasztói preferenciák — bár a termelés tudatos és tervszerű hatást gyakorolhat és ténylegesen gyakorol is rájuk — nem ellenőrizhetők maradéktalanul. A fogyasztói preferenciák alakulása a szocializmusban is az ösztönösség számos jegyét viseli magán. Ez sok olyan különböző és több irányú hatásnak a kereszteződésével magyarázható, amelyeknek csak egy része vonható tudatos társadalmi ellenőrzés alá.

Amikor az egyéni fogyasztói preferenciákkal foglalkozunk, nem hagyhatjuk figyelmen kívül a demonstrációs hatás szerepét. A bizonyos egyéni fogyasztási minták utánzására való hajlam kétségtelenül kihat azokra a szubjektív értékelésekre, amelyek az egyéneket irányítják, amikor választanak a fo-

gyasztási javakkal kapcsolatos különböző alternatívák között. Ennek kapcsán jelentkezik a fogyasztási modellre ható exogén és endogén tényezők kérdése.

Exogén hatásnak nevezzük, amikor az adott társadalom fogyasztóinak preferenciáira más társadalomnak fogyasztási mintái gyakorolnak hatást (pl. a nyugati divat kétségtelenül bizonyos hatást gyakorol az ízlés és a fogyasztási hajlam alakulására Lengyelországban).

Az endogén hatások — mint ahogy az elnevezés mutatja — az adott rendszerből, az adott társadalom fogyasztási modelljéből erednek. A társadalmi fogyasztási minta lényegében sok részminta aggregátuma. Ezek a minták nem létezhetnek egymás mellett anélkül, hogy ne lépnének egymással kölcsönhatásba. Valamely fogyasztási részmintának az expanziója (vagyis a társadalom valamely részére jellemző életstílusnak az elterjedése) az egész társadalom fogyasztási struktúrájának a megváltozásával jár. Mind az exogén, mind az endogén hatások bizonyos mértékben társadalmi ellenőrzés alá vonhatók. A saját fogyasztási mintának a propagálásával gyengíteni lehet az idegen mintáknak a társadalomra gyakorolt hatását, és elősegíteni vagy fékezni lehet bizonyos társadalmi csoportok fogyasztási mintáinak elterjedését. Ezt a folyamatot azonban nem lehet teljes mértékben uralni.

A legbonyolultabb kérdés a célszerű fogyasztási modell meghatározása. Minden olyan kísérlet, amely túl kíván lépni a piacvizsgálat és a kialakult trendek jövőbeli kivetítésén, felveti azoknak a kutatási eszközöknek a kérdését, amelyek lehetővé tennék a jövőbeli társadalmi szükségletek közvetlen meghatározását. A célszerű fogyasztási modell meghatározásához értékelést kell végezni, ez pedig mindig maga után vonja az értékelés szubjektivitásának és a voluntarizmusnak a veszélyét. E két nehézségtől félve azonban nem lehet levenni a napirendről e kérdést. A szükségletek fejlődése objektív interpretálásának és a társadalmi prioritások meghatározási lehetőségének döntő jelentősége van a terv optimálásában. Vajon meg lehet-e tudományosan határozni a jövőbeli szükségleteket? Ez már mai ismereteink mellett is teljes mértékben lehetséges.

Fel kell tételeznünk, hogy a közeljövőben ezek a lehetőségek sokkal nagyobbak lesznek.

1. A társadalmi szükségletek fejlődésének vannak bizonyos objektív szabályszerűségei, amelyek tudományosan vizsgálhatók. Ilyen vizsgálatok alapján fogalmazta meg pl. ismert törvényét Engel*. Ismeretes az is, hogy a táplálkozás minőségi javulása az állati fehérje fogyasztásának relatív és abszolút növekedését jelenti, s hogy a munka- és életfeltételek változásai csökkentik a fogyasztásban a kalóriadús termékek arányát, és növelik a nagy vitamin- és ásványisó-tartalmú táplálékok jelentőségét. Törvényszerűségként kell elfogadni az új termékek (különösen akkor, ha a műszaki fejlődés lehetővé teszi a termelési költségek jelentős csökkentését), valamint a kényelmesebb életet és a szabad idő jobb kihasználását elősegítő cikkek nagyon gyors elterjedésének tendenciáját. A városépítésben a város- és lakótelep-építés urbanisztikai normáira, a városi közlekedési igényekre vonatkozó többé-kevésbé pontos adatokra stb. hivatkozhatunk.

Az említett példák természetesen nem merítik ki a társadalmi szükségletek fejlődési törvényeire vonatkozó ismereteinket. Általánosságban azonban megállapítható, hogy ezek az ismereteink még nagyon hiányosak. A fogyasztási struktúrával és ennek racionalitásával, egyes javak tudományosan indokolt fogyasztási normáival, a fogyasztással összefüggő szolgáltatások szerepével és a munkaidő-csökkentés kihatásaival foglalkozó vizsgálatok jelentősége nyilvánvalóan egyre nagyobb lesz.

Szükségessé válik az egyéni és a társadalmi preferenciák — közvéleménykutatási eredmények felhasználásával történő — vizsgálati módszereinek bővítése. Végül nagy jelentőségűek a motiváció-vizsgálatok, amelyek segítségével meg lehet ismerni a fogyasztók magatartását determináló tényezőket. Ezeket a vizsgálatokat — mint ismeretes — a tőkésországokban széleskörűen alkalmazzák. Ahhoz, hogy a mi körülményeink között

* Az Engel-törvény módosulásával bővebben foglalkozik *M. Pohorille* „Wstep do teorii regulowania cen rolnych w okresie przejściowym do socjalizmu" (Varsó 1960.) c. műve.

is felhasználhatóak legyenek, meg kell szabadítanunk ezeket a vizsgálatokat a hibás módszertani elvektől, mindenekelőtt pedig az abból fakadó torzító tényezőktől, hogy a tőkés reklám gyakorlati céljainak alárendelten végzik őket.

2. A társadalmi szükségletekről fontos információkat szolgáltatnak a családi költségvetések és a gazdaságilag fejlettebb országok tapasztalatai. E forrásokból származó adatokat természetesen behatóbban kell vizsgálni, mert: *a)* az ízlés és a fogyasztási hajlam egyebek között az időnek is függvénye, *b)* a magasabb életszínvonalú társadalmak tapasztalatainak felhasználásakor el kell kerülni a fogyasztási modelljükben meglevő torzulásokat.

3. Nagy jelentőségű a műszaki fejlődési irányok vizsgálata. A színes televízió feltalálása pl. annak figyelembevételére késztet, hogy a nem nagyon távoli jövőben a közönséges televízió már nem fogja kielégíteni a fogyasztói igényeket. A műanyagtechnológia gyors fejlődése távlatot nyit számos olyan termék olcsó és tömegszerű gyártásának fejlődése előtt, amelyeket ma természetes alapanyagokból állítanak elő.

4. Az említett kutatási irányok elősegítik, hogy teljesebb választ adjunk a kívánatos fogyasztási modellel kapcsolatos kérdésekre. Ezekkel a módszerekkel azonban csak részadatokat dolgozhatunk ki, amelyeket ki kell egészítenünk a társadalmi fejlődés egészére — tehát a várható demográfiai változásokra, a tudományos-technikai forradalomnak az élet különböző területein jelentkező hatásaira, a gazdasági struktúra változásaira stb. vonatkozó adatok sokaságával.

A kérdések ilyen széles körében kezdi meg napjainkban vizsgálatait a *prognosztika tudománya*. Ez a tudomány még csak fejlődésének kezdeti szakaszában van, de nagy jövő áll előtte.

Statikus felfogásban időpontnak bizonyos változókat tekintenek. A tervezésnél eddig felhasznált prognózisokban* a múlt jelenségeinek és trendjeinek megfigyelésére és elemzésére támaszkodva általánosították a változók közötti tényleges és fel-

* Mindig szükséges, hogy a külkereskedelemmel, a terméshozamokkal, a külső piaci árakkal stb. kapcsolatban előrejelzésekre támaszkodjunk.

tételezett kapcsolatokat, valamint összefüggéseket. Ha a valóságot dinamikusan kell megragadni, akkor nem teljesen kielégítő ez az eljárás. Ehhez ugyanis a gazdasági és társadalmi erők, azok forrásainak és időbeli működésüknek ismerete szükséges. A tőkés társadalom fejlődése tudományos prognózisának klaszszikus példáját Marx műveiben találjuk meg.

A szocialista gazdaság távlati tervezése által támasztott gyakorlati igények természetesen nemcsak az általános fejlődési irányok ismeretét, hanem a jelenségek és folyamatok mennyiségi meghatározását is megkívánják. A hosszú távú prognózisokban több lehetséges fejlődési variánst kell figyelembe venni, és megfelelő pontossággal meg kell határozni azok bekövetkezésének valószínűségét. Gyakorlati értékük elsősorban a szocialista gazdaságot szabályozó általános törvényszerűségek megismerésétől függ, attól, hogy a „tudományos képzelőerő" milyen mértékben teszi lehetővé az előrelátást.

A tudomány fejlődése és a tökéletesedő számítógépekkel egyre gyorsabban végzett információfeldolgozás lehetővé teszi a gazdaság távlati tervezési technikájának továbbfejlesztését. Önámítás volna azonban azt hinni, hogy a lehető legtöbb gazdasági adat összegyűjtése és a legkorszerűbb számítógépek alkalmazása mentesíthet bennünket az elemző, értékelő munka és a társadalmi prioritások meghatározása alól. Tehát a számítástechnika alkalmazása a választási lehetőségek és feltételek pontos megismerését, az adott korlátok meghatározását és a program belső összhangjának biztosítását segíti elő.

A célszerű fogyasztási modell fogalmának bevezetése rendszerint két különböző kételyt támaszt:

1. a hosszú időszakokra vonatkozó prognózisok nagy bizonytalansági foka nem csökkenti-e nullára a gazdasági tervezésben való gyakorlati felhasználás lehetőségét,

2. magának a célszerű fogyasztási modellnek a kategóriája nem tartalmazza-e azt a veszélyes szuggesztiót, hogy a (tervező — *A szerk.*) központ hatóságilag a társadalomra kényszerítheti az általa leginkább kívánatosnak tartott fogyasztási struktúrát.

Az első kételyt a gyakorlat már eloszlatta. A távlati terve-

zés — nehézségei és fogyatékosságai ellenére is — már az összes szocialista országban gyakorlattá vált. A távlati tervet úgy határozzák meg, mint azoknak az egymással összehangolt és meghatározott időszakot felölelő kvantifikált döntéseknek és előrejelzéseknek az összességét, amelyek célja a népgazdaság jövőbeni fejlődésének biztosítása. Ez a terv tanulmányjelleggel készül, s feladata a viszonylag hosszú (15—20 éves) időszakokban követendő fő fejlesztési irányoknak és a gazdaság szükséges strukturális átalakításának a meghatározása. A tervezés folyamatosságának elvével összhangban a távlati tervet folyamatosan aktualizálják, „hosszabbítják" meg az időben. Ez biztosítja a későbbi ötéves tervek megfelelő perspektíváját. Ezen túlmenően a távlati terv folyamatos aktualizálása lehetővé teszi, hogy a gazdaságfejlesztést a korszerű tudomány és technika vívmányaira alapozzuk. A távlati terv és az ötéves tervek között kétirányú összefüggés áll fenn. A távlati terv adatai az ötéves tervezés irányelveiként szolgálnak, s ugyanakkor az ötéves terv feladatainak konkretizálása megkívánja a távlati terv alapelveinek bizonyos időközönkénti felülvizsgálatát*.

A távlati tervnek fontos része a fogyasztási terv, amely meghatározza mind a szükséges végtermék abszolút volumenét (az egyéni és a közös fogyasztás színvonalát), mind annak struktúráját. Érthető, hogy a jövő fogyasztása nem alakítható tetszés szerint. A végtermék-struktúra megválasztásának ugyanis technikai és társadalmi korlátai vannak. A technikai korlátok a termelési eszközök és a munkaerő rendelkezésre álló készletei, míg a társadalmi korlátok különösen a lakosság egyes csoportjainak az egyéni és társadalmi fogyasztási alapra gyakorolt hatásában, fogyasztási szokásaiban és preferenciáiban fejeződik ki**.

A kérdésnek tehát az a lényege, hogy:

* Lásd Ekonomia polityczna socjalizmu. (*Szerk.:* M. Pohorille) Varsó 1968. 16. fejezet. Materialy do studiowania ekonomii politycznej socjalizmu. Varsó 1964. 654—661. old.

** Lásd Ekonomia polityczna socjalizmu. 400. old.

— széles körben meg kell kezdeni a társadalmi szükségletek alakulását befolyásoló tényezők, valamint az e területen érvényesülő általános törvényszerűségek, továbbá a meglevő és a kialakuló új szükségletek kielégítése objektív lehetőségeinek vizsgálatát;

— a dinamikusan fejlődő valóság vizsgálatainak alapján meg kell fogalmazni azokat a problémákat, amelyek a társadalom előtt felvetődnek a legközelebbi 15—20 év során*;

— választani kell a gazdasági fejlődés lehetséges útjai között. A célszerű fogyasztási modell kérdésének felvetése felhívja a figyelmet arra, hogy a társadalmi fogyasztási irányokat a jövőben tudatosabban válasszuk meg (így vagy úgy, de mindenképpen választani kell), s hogy jobban át kell gondolni azokat a döntéseket, amelyek a társadalom életének megváltoztatására és a fogyasztási struktúra hosszú távú alakítására vonatkoznak;

— tudatosan, tervszerűen kell befolyásolni a fogyasztók ízlését és az egész társadalom életstílusát.

Kétségtelenül az utolsó pont ütközik a legtöbb ellenvetésbe. Milyen társadalmi szerv vagy intézmény lehet jogosult arra, hogy az értékelést a fogyasztók millióinak nevében végezze el, és döntsön arról, hogy számukra mi előnyös és mi hátrányos. A válasz meglehetősen egyszerűen adódik, ha figyelembe vesszük a fogyasztási minta alakulásának fogyatékosságait a tőkés rendszerben, vagy akkor, amikor a szocialista gazdaságban ez a folyamat nincs megfelelően szabályozva.

A fogyasztási minták tudatos és tervszerű alakítása követelményének nem kell feltétlenül azt jelentenie, hogy valamely szervet vagy intézményt fel kell hatalmazni arra, hogy a társadalom nevében, véleményének kikérése nélkül határozzon a jövő fogyasztásának kérdéseiről. Ez a követelmény csak szűkebb értelemben érvényesülhet. Arról van szó, hogy

a) a lehetőséghez mérten fel kell számolni a termelési és a

* A társadalmi fejlődés prognosztizálásával foglalkozó művek ma még hosszabb időtávra készülnek. A vizsgálatok tárgya: Lengyelország 2000-ben.

fogyasztási struktúra nyilvánvaló és rendszerint általánosan ismert aránytalanságait;

b) széles körű, nyilvános vitában kell megtárgyalni azokat az alapvető irányokat, amelyekben fokozni kell az erőfeszítéseket a társadalom szükségleteinek teljesebb kielégítése céljából. A közvélemény formálása az ilyen típusú vitákon bizonyos értelemben a fogyasztási minta fölötti (vállalatok által gyakorolt) privát ellenőrzés egyik alternatíváját jelenti: „a szocializmus viszonyai között az irányítás tökéletesítése a társadalom egységének fokozásával válik lehetségessé, nem pedig azáltal, hogy az egésszel annak egy része — amely arra törekszik, hogy az irányítást manipulációvá alakítsa át — statikusan szembehelyezkedik"*;

c) törekedni kell arra, hogy a tömegkommunikációs eszközöket a társadalom érdekében és annak megfelelő módon használjuk fel;

d) a társadalom fogyasztási igényeinek minél teljesebb kielégítésére irányuló erőfeszítéseket össze kell hangolni a személyiség sokoldalú kibontakozására, a társadalmi értékek új hierarchiájának, különösen pedig a munka és a dolgozó ember szocialista társadalomban elfoglalt új helyének kialakítására irányuló törekvéssel.

Komplex módon kell kezelni azt a kérdést, hogy az ember milyen részt vállal a termelésben és hogyan részesedik annak eredményeiben. A fogyasztási modell alakulása szorosan összefügg a neveléssel, az erkölcsi és a kulturális magatartás formálásával, a mindenki számára egyenlő esélyek biztosításával, valamint a társadalom alapvető szükségleteinek kielégítésével. Ezzel kapcsolatban emlékeznünk kell arra, hogy a társadalom tagjainak életszínvonalában a fogyasztáson kívül szerepet játszanak a munkakörülmények és a pihenési feltételek is. Tehát mindazokat a kérdéseket együttesen kell figyelembe venni és megoldani, amelyek összefüggnek az életszínvonal említett összetevőivel.

* *A. S. Ahezer:* Naucsno-tyechnicseszkaja revoljucija i upravlenyije razvityijen obsesztva. Voproszi Filozofii, 1968. 8. sz. 21. old.

3. A TERMELÉSI STRUKTÚRÁNAK A TÁRSADALMI SZÜKSÉGLETEKHEZ VALÓ IGAZÍTÁSA RÖVID ÉS HOSSZÚ TÁVON

Az értékesítési árak és a társadalmi termelési költségek arányainak eltérése — mint már említettük — azt jelzi, hogy a termelési struktúra eltér a keresleti struktúrától. Ha az értékesítési árak a költségen alapulnak, akkor ezek az eltérések a piacon közvetlenül bizonyos áruk hiányának vagy feleslegének formájában jelentkeznek. Ha az eltérések nem a társadalmi preferenciák kifejezői, akkor a tervezőnek a gyártmányösszetétel megfelelő átalakításával az eltérések felszámolására kell törekednie. Rövid távon azonban meglehetősen korlátozott az ilyen átállások lehetősége. A termelési struktúra radikálisabb átalakításához új termelőkapacitásokat kell üzembe helyezni. A beruházási döntéseket részben a kereslet kialakult, adott trendjei extrapolálásának, részben pedig a jövőbeli társadalmi szükségletek piacon kívüli vizsgálati módszereinek felhasználásával hozzák meg.

Annak kapcsán, hogy a termelésnek a társadalmi fogyasztási szükségletekhez való rövid és hosszú távú hozzáigazításakor különböző módszereket és kritériumokat alkalmazunk, a következő fontos kérdés merül fel: amikor beruházási döntéseket hozunk, vajon nem megfordíthatatlanul határozunk-e a jövő fogyasztási struktúrájáról, s ez nem jár-e azzal a veszéllyel, hogy (költségarányos árak esetén) fokozódik a kínálati és keresleti struktúra eltérése?

Valóban létezik ilyen veszély, ez azonban nem magából a modell konstrukciójából következik. Hangsúlyozni kell, hogy több olyan tényező van, amelyek nagyobb rugalmasságot tesznek lehetővé a termelésnek a szükségletekhez való igazításában.

1. A tervezett fogyasztási struktúrát korrigálni lehet a keresleti struktúrával való egyeztetés során. Ez mindig lehetséges, mert:

a) a tervezett beruházások nem egyszerre, hanem fokozatosan valósulnak meg;

b) adott termelőkapacitás mellett a termelési struktúra bizonyos mértékben mindig módosítható;

c) megfelelő termelőkapacitás-tartalékok létrehozásával növelni lehet a menőverezési lehetőséget;

d) a beruházási alapban is lehet biztosítani megfelelő tartalékot, ami gyors beruházási döntéseket tesz lehetővé a kereslet és a kínálat közötti egyensúlyhiány elhárítása végett.

2. Azok a beruházások, amelyek eredményeként új (vagy korszerűbb) termékek jelennek meg, rendszerint keresletet indukálnak az országon belül, s egyidejűleg lehetővé teszik a külfölddel való árucsere növelését. Fel kell tételezni, hogy az elhatározott beruházások az adott termelési területen kedvezően hatnak a komparatív költségek alakulására. Ha pl. a korábbinál alacsonyabb költségen új motorkerékpár-modellt kezdünk gyártani, bővítjük a motorkerékpár belső piacát, és arra is képesnek kell lennünk, hogy a motorkerékpár-termelés egy részét exportáljuk. A nagyobb exportlehetőségek eredményeként a belső piacon rugalmasabb lesz a kínálati struktúra (az importlehetőségek növekedése következtében).

3. A fogyasztási modell tervszerű formálása nem korlátozódik a beruházások tervezésére, hanem meghatározott bérpolitikát és a fogyasztói magatartás legtágabb értelmű befolyásolását is feltételezi.

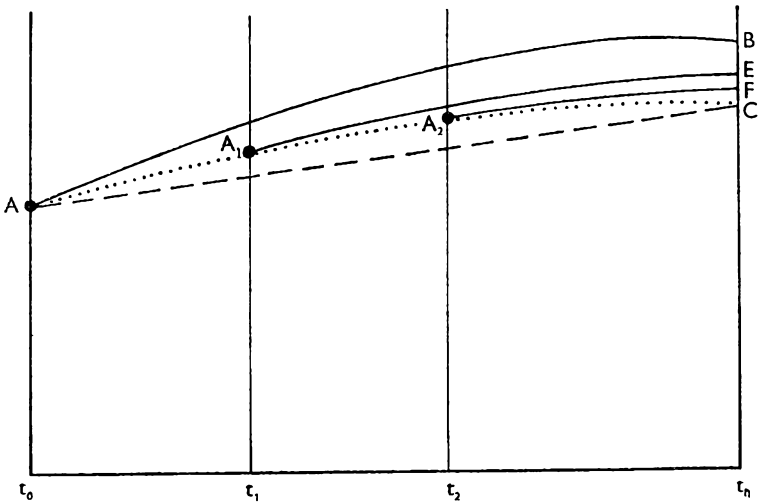
A termelési és a keresleti struktúra hosszú távon való összehangolásának problémáját a 2. ábra szemlélteti.

Tételezzük fel, hogy a t_0 időpontban a múlt trendjeinek extrapolálásával az AB görbét kaptuk, amely azt mutatja, hogy (az árak adott rendszere, a jövedelmek meghatározott növekedése és a meglevő fogyasztói preferenciák mellett) a t_0—t_n időszakban hogyan fog alakulni a kereslet a javak adott csoportja iránt. Tételezzük fel továbbá, hogy a központi tervező szerv a társadalmi preferenciaskálából kiindulva arra a következtetésre jut, hogy a fogyasztásnak a t_n időpontban nem a B, hanem a C szintet kell elérnie (illetve azt érheti el). Ekkor két helyzet lehetséges:

1. a kereslet — ha a prognózis helyes volt — az AB görbével szemléltetett ütemben növekszik, a termelés pedig az A pont-

2. ábra

A KERESLET ÉS A KÍNÁLAT ELTÉRÉSÉNEK KIKÜSZÖBÖLÉSE HOSSZÚ TÁVON



tól a *C* pontig (szaggatott vonal) hozzávetőlegesen egyenletes ütemben emelkedik. A kereslet és a kínálat között (különösen a terv megvalósításának egyes szakaszaiban) növekvő feszültség (távolság) vagy a piaci egyensúly hiányát, vagy az értékesítési árak megfelelő mértékű emelkedését vonja maga után;

2. a tervező szerv erőfeszítéseket tesz arra, hogy maximális mértékben közelítse egymáshoz a keresletet és a kínálatot; e célból:

a) arra törekszik, hogy az *A* pontból a *C* pontba az *AC* (pontozott vonalú) görbén, s nem az *AC* (szaggatott) vonalon jusson el;

b) befolyásolja a fogyasztók preferenciáit, aminek eredményeként a jövő keresletének aktualizált prognózisai rendre az A_1E, A_2F stb. görbék alakját öltik.

Az előbbi példában a fogyasztói választás befolyásolásának az a célja, hogy az adott jószágcsoport iránti kereslet növekedési üteme alacsonyabb legyen, mint amit a t_0 időpontban készített prognózisból (a múlt trendjének extrapolálásából) következnek. Ebből adódik a keresletnek a t_1, t_2 stb. időpontokban várható növekedését szemléltető görbék fokozatos süllyedése. Vagyis ez azt jelenti, hogy a termelési struktúra a társadalmi ráfordításokkal arányos értékesítési árak mellett a lehető legkisebb mértékben tér el a keresleti struktúrától, *a termelés és a fogyasztási hajlamok helyes alakításának eredményeként.*

A tervező szerv utoljára bemutatott eljárásmódja arra az elvre épül, amit úgy nevezhetnénk, hogy *a termelési program és megvalósítási eszközei közötti összhang elve a fogyasztói preferenciák tervszerű befolyásolásában.*

Az előbbi gondolatmenet ahhoz a következtetéshez vezet, hogy a fogyasztási struktúra csakis akkor optimálható, ha *egymás után változtatások sorozatát végezzük el, aminek során a realizálási arányok (amelyek egyúttal a kereslet és a kínálat egyensúlyát biztosító árak is) közelednek a fajlagos ráfordítások arányaihoz.* A probléma lényege: a társadalmi munkaráfordítás olyan elosztása, amely megfelel a társadalmi szükségleteknek. Az árak és a ráfordítások aránya e feladat megvalósítási fokának kifejezője, s ez csak annyiban mérvadó, amennyiben az effektív kereslet a tényleges szükségleteket tükrözi.

A termelési program és megvalósításának eszközei közötti összhang elve a fogyasztói preferenciák tervszerű befolyásolásában teljesen természetesnek vagy akár triviálisnak is mondható. A gazdasági gyakorlattal való egybevetéséből azonban kiderül, hogy ez nem egészen így van. Ennek az elvnek számos olyan összetevője van, amely megkívánja gazdaságpolitikai módszereink tökéletesítését.

Először is: hangsúlyozza a fogyasztók hosszú távú és folyamatos „nevelő' befolyásolását. Erre a többi között Łoś mutat rá az élelmezéspolitikával foglalkozó művében.

„Úgy látszik... — írja Łoś —, hogy a fogyasztói ízlések... alapos megismerése lehetővé teszi olyan élelmezési ada-

gok megválasztását, amely biztosítja a tervezési alapelveknek a megtartását a fogyasztók ellenérzésének kiváltása nélkül. Ellenkező esetben a »fogyasztók neveléséhez« kell folyamodni. Ugyanis számolni kell olyan helyzetek kialakulásával, amikor a központi tervező legjobb akarattal sem veheti tekintetbe a fogyasztók preferenciáit. Ekkor az élelmezéspolitikát úgy kell irányítani, hogy a fogyasztó elvesse saját nézőpontját és fogadja el az államét, s ezáltal az állam preferenciáit sajátjaként ismerje el. Természetesen jobb volna, ha a fogyasztó efféle »megnyerése« nem esetenként történne, hanem folyamatos akcióként valósulna meg."*

Teljesen egyetértünk ezzel a fejtegetéssel. Azt lehetne még hozzáfűzni, hogy meg kell különböztetnünk a fogyasztó — amint a szerző írja — folyamatos nevelését a piaci egyensúly helyreállítására irányuló, esetenkénti intézkedésektől. Ezek az intézkedések természetesen hozzájárulhatnak az ízlés későbbi megváltozásához, de nem szabad azt hinni, hogy azonnal bekövetkezik a fogyasztók „megnyerése". Vagyis a fogyasztók esetről esetre való „megnyerése" nem tartozik a fogyasztók nevelésének nevezett akciók közé, hanem az ilyen irányú nevelés hiányának a bizonyítéka.

Másodszor: a fogyasztói preferenciák tervszerű alakítása megkívánja a célszerű fogyasztási modell meghatározását, vagyis azt, hogy tisztán lássuk a társadalmi fogyasztás kívánatos (és szükséges) fejlesztési irányait.

Harmadszor: a fogyasztókat nem csupán prohibitív (korlátozó, tiltó) jelleggel kell befolyásolni, hanem ennek a tevékenységnek pozitív szuggesztiót (ösztönzést, befolyásolást) is kell tartalmaznia a kívánatos fogyasztási irányokra. Másként fogalmazva: akkor, amikor meghatározott jószágcsoport fogyasztását kívánjuk korlátozni, egyidejűleg bővítenünk kell más cikkek és szolgáltatások fogyasztását. Teljesen önkényes ugyanis az az elv, miszerint az *X* piacról elvont vásárlóerő hozzávetőlegesen azonos mértékben növeli az összes többi jószág- és szolgáltatáscsoport iránti keresletet. Fennáll tehát annak

* *J. Łoś:* Wstep do polityki żywnosciowej. Varsó 1964. 38. old.

veszélye, hogy a többi piacon feszültségek keletkeznek, ami további beavatkozást tenne szükségessé. Ennek elejét vehetjük, ha — elsősorban vonzó termékválaszték kialakításával és árcsökkentéssel — növeljük a többi árucsoport keresletét. A fogyasztói preferenciák sikeres befolyásolása tehát megkívánja:

a) a folyamatosságot,

b) a megfelelő távlatot,

c) a fogyasztás problémájának komplex kezelését.

Amikor a termelésnek a társadalom fogyasztási szükségleteihez való igazításával foglalkozunk, ki kell térnünk még egy kardinális problémára: annak az időhorizontnak a hosszára, amelyet figyelembe kell vennünk a célszerű fogyasztási modellel kapcsolatos vizsgálódásainkban.

A kérdést bizonyos mértékig megvilágítják M. Dobbnak azok a fejtegetései, amelyek a tervgazdálkodásnak a piaci gazdasággal szembeni felsőbbrendűségére vonatkoznak.

Amikor M. Dobb összehasonlítja a tervgazdálkodás és a piaci gazdálkodás hatékonyságát, az elméleti mechanikából merített illusztrációhoz folyamodik. Az ún. üldözési problémáról van szó. Egy kutya ül egy arra az útra merőleges ösvényen, amelyen gazdája kerékpáron halad. A kutya az ösvényen gazdája felé fut, és a feltételes reflex hatására minden pillanatban gazdája felé fordul. Üldözési vonala tehát görbe lesz. Ha a kutya tudna előrelátni és kalkulálni, a mezőn keresztül egyenes vonal mentén futhatna az útnak arra a pontjára, ahol gazdájával találkoznék. Ekkor természetesen sokkal rövidebb utat kellene megtennie. Dobb egy fiktív példát közöl: „Ha valaki nincs tisztában azzal, hogy öt év múlva olyan gazdag lesz, hogy palotát építhet, esetleg olyan házat épít magának, amely később fölösleges lesz számára. Ha viszont előrelátná vagyonának öt évvel későbbi váratlan megnagyobbodását, jobban tenné, ha lemondana a házról, s meglevő eszközeiből elkezdené a palota alapjainak lerakását."*

Dobb a műszaki haladás kapcsán érinti ezt a problémát. Ez

* *M. Dobb:* Teoria ekonomii a socjalizm. Varsó 1959. 78. old.

az összehasonlítás — mint a közölt példa mutatja — bizonyos mértékig megvilágítja a termelés szükségletekhez való igazításának kérdését is. Kétségtelenül fennáll a probléma: mechanikusan lépést kell-e tartani a változó kereslettel, vagy — a meghatározott célszerű fogyasztási modell szem előtt tartásával — előre kell-e szaladni a jövő felé?

Visszatérve az „üldözési görbéhez", javasoljuk, hogy alakítsuk át a problémát. Tételezzük fel, hogy ugyanabban a kiindulási pontban nem egy, hanem két kutya van. Az egyik (legyen ez a P_1) úgy fut, ahogy az előbb leírtuk, a másik pedig (P_2) nem tudja ugyan kiszámolni, hogy melyik pontban találkozik gazdájával, de meghatározott szakaszon állandóan előre látja gazdája útját (nevezzük ezt előrefutási szakasznak), s irányát eszerint változtatja. A kérdés most nem a két kutya pályájának hosszúságára, hanem a gazdától való távolságukra irányul. Vagyis azt kell megállapítani, hogy a különböző időpontokban a P_1 vagy a P_2 kutya lesz-e közelebb a gazdához.*

Az így megfogalmazott „üldözési probléma" matematikai megoldása meglehetősen bonyolult, s itt nem tudjuk közölni, de nem is tartjuk szükségesnek. A megoldást ezért csak grafikusan mutatjuk be a 3. ábrán.

Az induló feltételezés szerint a gazda, valamint a két kutya állandó sebességgel halad. A sebességvektor iránya meghatározott időközönként változik (az üldözési vonal tehát tört vonal). Az AB_1, P_1, P_2 P'_2 pályákon elhelyezett számok a gazda és a kutyák helyét jelölik az 1., 2., 3., 4. és a további időközök után. A különböző időközökben a kutyáknak a gazdától való távolsága a P_1, P_2, P'_2 és az AB pályákon levő számokat összekötő szakaszok hosszával egyenlő.

A grafikus ábrázolásból kitűnik, hogy:

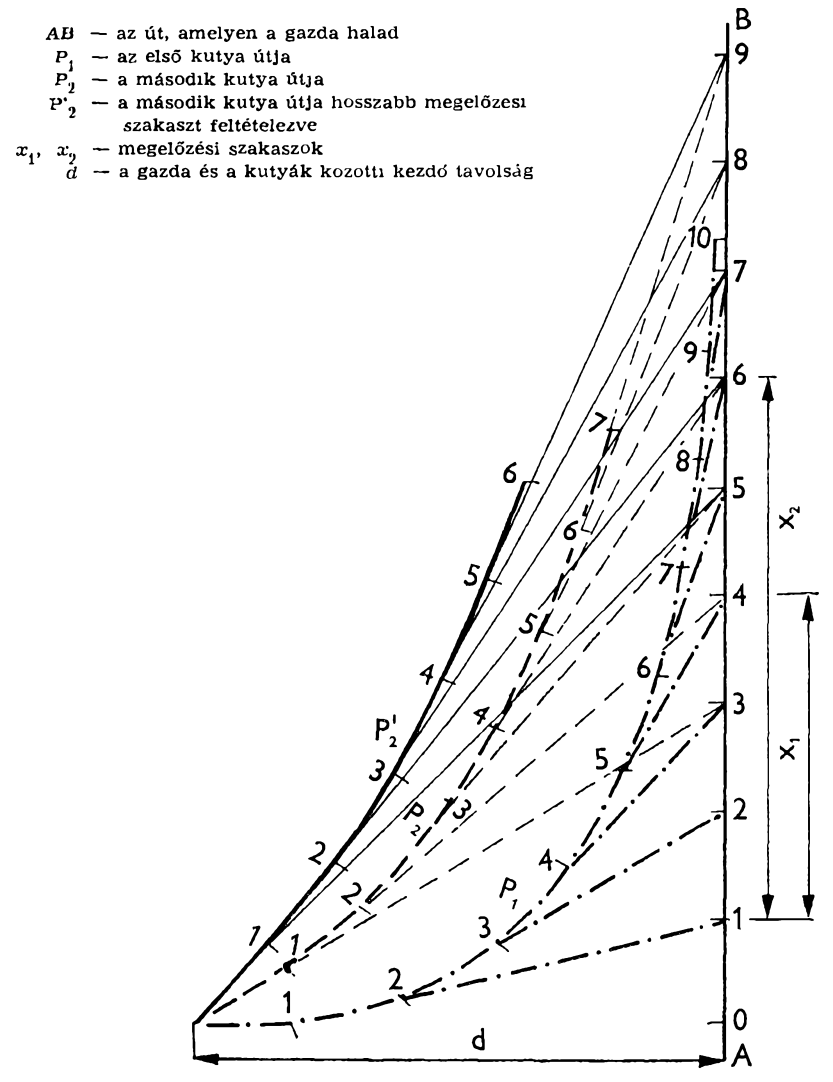
a) kezdetben a P_1 kutya közelebb van a gazdához, mint a P_2 kutya, azonban egy idő után a helyzet megváltozhat;

b) ceteris paribus feltételezéssel az előrefutási szakasz hosz-

* Lásd *M. Pohorille:* Cel produkcji w kapitalizmie i socjalizmie. Ekonomista, 1969. 4. sz.

3. ábra

AZ ÚN. ÜLDÖZÉSI PROBLEMA GRAFIKUS ÁBRÁZOLÁSA



sza határozza meg, hogy a P_2 kutya mikor van közelebb gazdájához, mint a P_1 kutya;

c) fel kell tételezni, hogy ha adott a gazda és a kutyák mozgásának sebessége, továbbá a *d* induló távolság, akkor van egy olyan előrefutási szakasz, amely mellett az az időszak, amikor a P_1 kutya a P_2-vel szemben előnyben van (tehát amikor P_1 közelebb van a gazdához, mint P_2) a minimális lesz;

d) ha kellően nagy az előrefutási szakasz, P_2 soha nem kerül közelebb gazdájához, mint P_1.

Az analógia adott. A társadalom mindenkori szükségleteinek kielégítettsége kedvezőbb, ha a tervezés a szükségletek fejlődését helyesen veszi figyelembe. A túlzott előrefutás azonban nem kívánatos. Olyan időszakban, amikor nagy a lakáshiány, helytelen volna azonnal ráállni arra a luxusépítkezésre, amelyet az életszínvonal előreláthatólag pl. 50 év múlva fog megkívánni. Másrészt természetesen nem szabad figyelmen kívül hagyni azt a tényt, hogy az igények fokozatosan növekednek, s hogy a házak sok évre épülnek.

Az előbbi gondolatmenetből levonható következtetést a következőképp fogalmazhatnánk meg: a kellő perspektíva lényeges szerepet játszik nemcsak a műszaki fejlesztés, hanem a fogyasztás tervezésében is; a társadalom (széles értelemben vett) fogyasztási szükségleteinek minél jobb kielégítésére való törekvés megkívánja annak az időhorizontnak a külön meghatározását, amelyen belül a célszerű fogyasztási modell befolyásolhatja a konkrét tervezői döntéseket.

4. RACIONALITÁS A FOGYASZTÁS SZFÉRÁJÁBAN

Többször hangsúlyoztuk, hogy a fogyasztási szféra racionalitása az egész gazdasági rendszer racionalitását és hatékonyságát meghatározó egyik tényező. Hiszen társadalmi veszteségek nemcsak a termelési készletek irracionális felhasználásának, hanem az elosztás és a fogyasztás területén jelentkező ésszerűtlenség és veszteségek következtében is keletkezhet-

nek. Ez utóbbi veszteségeket ritkán vizsgálják a közgazdászok, mert:

a) becslésük komoly nehézségekbe ütközik*,

b) még a racionális fogyasztás** fogalmát sem határozták meg pontosan.

Most alaposabban meg kellene vizsgálni, hogy a szocialista gazdaságban mit nevezünk a fogyasztás racionalizálásának. Ez annál inkább szükséges, mert e fogalom ellenvetésbe ütközhet, és esetleg tévesen értelmeznék.

Előre kell bocsátani, hogy:

a) a fogyasztás racionalizálásának semmi köze a fogyasztás racionálásához (a racionálás rendszerint ellentétes a gazdaságosság elvével, tehát a gazdasági racionalitással);

b) nem arról van szó, hogy a fogyasztók magatartását befolyásoló összes többi, bonyolult motívummal szemben az értelem és a haszonelv abszolút elsőbbségét kell elismerni.

A kérdés primitív megközelítése elméleti téren a *homo oeconomicus* módosított sztereotipjéhez, a gyakorlatban pedig az életnek a szocializmusban való elnyomorításához vezetne.

A fogyasztói magatartással foglalkozó számos közgazdász a vásárlási döntések három típusát különbözteti meg: a vásárlások egy részének hagyományos szokásjellege van, másik részüket pillanatnyi impulzusok hatása alatt hozzák meg, s harmadik részük (ami rendszerint nagyobb kiadásokkal kapcsolatos,

* Csak kivételes alkalmakkor és csak néhány termék körében került sor becslési kísérletekre. Például 1950-ben a világ népességének élelmezésével foglalkozó nemzetközi kongresszuson megállapították, hogy a fejlett tőkésországokban az élelmiszer-veszteségek a globális élelmiszerkínálat 20%-át is elérték. Ez a szám is a szóban forgó probléma jelentőségére utal. (Lásd *R. Werner:* Rapport général sur le conditionnement au I. Congrès International de la Distribution des Produits Alimentaires. Párizs 1950.)

** A polgári közgazdaságtan elméleti alapelveinek megvilágításában ez a fogalom általában indokolatlan. Ezek szerint ugyanis minden fogyasztó azt vásárolja, ami számára a legnagyobb élvezetet nyújtja. A fogyasztás területén a pazarlást nem tartják károsnak, hanem inkább a gazdasági növekedést elősegítő tényezőnek.

pl. gépkocsi-, bútor-, hűtőszekrény-vásárlás) „igazi", vagyis meggondolt döntés eredménye*.

Néhány pszichológus rámutat, hogy időnként minden ember szükségét érzi annak, hogy átlépje szokásos vásárlásainak kereteit. Ilyenkor fantáziájuknak adják át magukat, és vagy kisebb hasznosságú tárgyat, vagy pedig olyat vásárolnak, amelynek megszerzése meghaladja a józanul beosztott házi költségvetés adta lehetőségeket. Gyakran hasonló jellegűek az ünnep előtti vásárlások. A sajtó többször foglalkozott az ünnepek előtti túlzott élelmiszer-vásárlással; e készletek egy része rendszerint megromlik. E kérdés egyáltalán nem mentes a gazdasági mondanivalótól. Itt azonban nem arról van szó, mint a fogyasztási szféra racionalizálása esetén. Nem is arról van szó, hogy ki kell küszöbölni a pillanatnyi impulzusok hatása alatti vásárlásokat. Teljesen értelmetlen volna, ha azt tűznénk ki célul, hogy a fogyasztókat a hasznot és a veszteséget számoló gépekké alakítsuk át. A fogyasztás racionalizálása kérdésének lényege — nézetünk szerint — három témakört érint:

— a fogyasztási struktúra alakításával kapcsolatban létrehozni a „kollektív racionalitás" megteremtéséhez szükséges feltételeket;

— kiküszöbölni azokat a tényezőket, amelyek az individuális fogyasztókat irracionális magatartásra ösztönzik (vagy egyenesen kényszerítik);

— minimálni kell a veszteségeket a fogyasztás területén.

Mint már többször rámutattunk, a szocialista gazdasági rendszer biztosítja a közérdek és a társadalmi preferenciák elsőbbségét az egyéni preferenciák előtt. Az ún. választási paradoxont vizsgálva arra a következtetésre jutottunk, hogy azok a társadalmi választási aktusok, amelyek kizárólag az egyéni preferenciarendszerek alapján jöttek létre, egymással olyan kölcsönhatásban maradhatnak, hogy nem tesznek eleget a rendezett halmaz definíciójában foglaltaknak. Az ilyen helyzet el-

* Lásd *G. Katona:* The Powerful Consumer. Psychological Studies of the American Economy.

lentmond a kollektív racionalitás elvének*. Figyelembe vettük az egyéni fogyasztás külső (pozitív és negatív) hatásainak jelentőségét is. A fogyasztói preferenciák és a kollektív racionalitás követelményeinek ellentmondására példaként szolgálhat a levegő és a víz szennyezettsége, ami sok országban már nagy társadalmi problémává vált.

A fogyasztói magatartás elmélete hallgatólagosan feltételezi, hogy:

a) a fogyasztók kívánságaik szerint választanak,

b) kívánságaik megfelelnek érdekeiknek. Mint kimutattuk, a piacnak és a szükségleteknek a nyereség maximálása céljából történő manipulálása megszünteti mindkét alapelv *de facto* realitását. Nehéz azonban tagadni jelentőségüket a racionális fogyasztói magatartás szempontjából. Tehát a fogyasztás szférájának racionalizálása egyebek között szükségessé teszi a fogyasztók megfelelő nevelését, azért, hogy tisztában legyenek tulajdon érdekeikkel, s biztosítani kell annak feltételeit, hogy a fogyasztók — a kijelölt társadalmi preferenciák keretein belül — ténylegesen tetszésüknek és kívánságaiknak megfelelően választhassanak.

Nem könnyű pontosan meghatározni, hogy mit kell a fogyasztás területén jelentkező veszteségnek tekinteni. A fő nehézség nem annyira a veszteségek mértékének becslésében rejlik, hanem inkább annak tisztázásában, hogy mit kell túlzott mértékű veszteségnek, tehát a racionális gazdálkodás elvével ellentétesnek tekinteni. Ezt konkrét példákkal magyarázzuk meg. Tehát: elkerülhetetlen a fogyasztási cikkek erkölcsi avulása (a divat és az ízlés változása). Könnyen bizonyítha-

* A „kollektív racionalitás" meghatározást elsőként H. Arrow vezette be a közgazdaságtan terminológiájába (Lásd *J. Arrow:* Social Choice and Industrial Values). Ez néhány polgári közgazdász éles ellenvéleményét váltotta ki. Véleményük szerint csak az individuális választási aktus lehet racionális jellegű, viszont társadalmi racionalitásról nem lehet beszélni. (Lásd *J. M. Buchanan:* Individual Choice in Voting and the Market. The Journal of Political Economy, 1954. 4. sz. 334—343. old.) Ez az álláspont a szélsőséges individualizmus megnyilatkozása, ami — mint már említettük — az egész jóléti társadalomelmélet kudarcát mutatja.

tó, hogy ez a fogyasztók elégedettségének (élvezetének) növeléséhez szükséges. Ez a jelenség azonban olyan méreteket ölthet, hogy teljesen nyilvánvalóvá válik a társadalmi munka ezzel kapcsolatos pazarlása. Vegyünk egy másik példát, a gyógyszerfogyasztást. Természetesen képtelenség volna azt várni, hogy a betegek teljes egészében elfogyasszák a felírt gyógyszereket. Viszont a pazarlás veszélye fenyegetne, ha a gyógyszer térítésmentes lenne. Könnyen belátható, hogy a személyi fogyasztás indokolt és indokolatlan veszteségei között nehéz megvonni a határt, holott reális veszteségnek csak ez utóbbiakat ismerjük el, s további vizsgálatainkban is csak ezeket vesszük figyelembe. Viszont kétségtelenül létezik ilyen határ, s azt figyelembe kell venni a gazdálkodás hatékonyságának értékelésénél.

Összefoglalásként megállapíthatjuk, hogy a fogyasztás racionalitásáról

a) a társadalom fogyasztási szükségleteit optimálisan kielégítő javak és szolgáltatások megválasztásának menetével,

b) a választás feltételeivel,

c) az elkerülhető fogyasztási veszteségek megszüntetésével kapcsolatban beszélhetünk.

Amikor megfogalmazzuk azt a tételt, hogy a szocialista társadalmi rendszer a fogyasztás racionalizálásához kedvező feltételeket teremt, három konkrét szempontra gondolunk.

Először: a szocializmus felszámol egy sor olyan tényezőt, amelyek a kapitalizmusban mind társadalmi szinten, mind egyes háztartásokban hatalmas méretű pazarlást okoznak. Ezek a következő tényezők:

— az uralkodó osztályoknak a tömegek alulfogyasztását kísérő pazarlása*,

* Olaszországban pl. a második világháború után nagyon erősen fejlődött a lakásépítés. Ezzel együtt jár a telek- és lakóház-spekuláció, s a lakások egy részét (általában magas nívójú lakásokat) huzamosabb ideig nem használják ki. Másfelől nagyon erősen kiéleződött a lakáshiány, ami 1969 novemberében minden korábbit felülmúló általános sztrájkhoz vezetett (a sztrájkban 18 millió ember vett részt).

— a használati tárgyak mesterségesen kiváltott gyors „pszichológiai avulása",

— a fogyasztók kényszerítése arra, hogy vásárláskor számos, számukra fölösleges szolgáltatást is megvásároljanak (amit a francia irodalom „services indésirés"-nek nevez),

— a fogyasztási hitelekkel való visszaélés a fogyasztók érdekével ellentétes célokra*.

Másodszor: a szocialista társadalmi rendszer kedvező feltételeket teremt a háztartások tevékenységének racionalizálásához.

E tekintetben fontos szerepet játszik a szocialista szektorban foglalkoztatottak jövedelmének stabilizálása és a munkanélküliség felszámolása. A közgazdászok általában egyetértenek abban, hogy a fogyasztók igényei jobban kielégíthetők akkor, ha a háztartások állandó jövedelemmel rendelkeznek, mint amikor a jövedelmek számottevően ingadoznak (természetesen azonos átlagjövedelmet tételezve fel).**

A fogyasztás racionalizálását szolgálja a vásárlók becsületes tájékoztatása a vásárolt áruk használati értékéről. Mint említettük már, a szocialista társadalmi rendszerben semmi sem indokolja a reklám mint a fogyasztókat dezinformáló eszköz alkalmazását.

* Az ügyes reklám ráveszi a fogyasztót, hogy hitelre vásároljon, pedig tudhatja, hogy a hitelt képtelen lesz visszafizetni. Néhány részlet kifizetése után arra kényszerül, hogy visszaadja a hitelre vásárolt árut. Végső soron tehát az adott jószágnak csak ideiglenes használója, az illuzórikus jólét utáni hajszáért pedig rendszerint túl nagy árat fizet. Ez a bírálat nem a fogyasztási hitelre mint olyanra vonatkozik, hanem annak mesterkélt elterjesztésére, a piac manipulálásának egyik eszközére.

** A polgári közgazdaságtan ezzel kapcsolatban a határhaszon-elméletre hivatkozik. Ha valaki pl. az egyik hónapban 2000 złotyt keres, a másikban pedig 4000 złotyt, kisebb a haszna, mintha havonta 3000 złotyval rendelkeznék. A negyedik ezer złoty hasznossága ugyanis kisebb, mint a harmadik ezeré. A veszteség az első hónapban tehát nagyobb, mint a következő hónap hasznosságtöbblete.

Ez az egész gondolatmenet azonban egyáltalán nem szükséges az előbb megfogalmazott tétel bizonyításához. A valóság közönséges megfigyelése alapján is megállapítható, hogy a háztartások az állandó jövedelmet sokkal ésszerűbben tudják felhasználni, mint a változó jövedelmet.

A népgazdasági érdek prioritása a különböző vállalatok partikuláris érdekeivel szemben lehetővé teszi, hogy a fogyasztókra saját érdekeiknek megfelelően gyakoroljunk hatást (pl. észszerű táplálkozás javaslása).

Harmadszor: számos megoldatlan kérdés van még, amelyek kétségtelenül lényegesek a fogyasztás szférájának racionalizálásában.

A legfontosabb a lakosság árukkal és szolgáltatásokkal való ellátásának javítása. Az ellátás rendszeressége és általában a szocialista országokban még gyakori „eladók piacának" a „vevők piacává" alakítása fontos feltétele annak, hogy a háztartások tervszerűen és célszerűen használják fel a rendelkezésükre álló jövedelmet.

A termékek minőségének szigorúbb ellenőrzésével biztosítani kell a fogyasztók hatékonyabb védelmét.*

A háztartási gépekkel való nem kielégítő ellátottság és a lakossági szolgáltatások alacsony színvonala sok olyan veszteség forrása a fogyasztás területén, amelyeket kis erőfeszítéssel viszonylag könnyen ki lehet küszöbölni**.

* A tőkés gazdaságban gyakran hamisítják a fogyasztási cikkeket. Itt nemcsak a jogszabályokba ütköző gyakorlatról van szó (amikor a termék nem felel meg az előírásoknak), hanem a termékek látszólagos árcsökkenéséről is, ami az árcsökkenésnél aránytalanul nagyobb minőségromlás mellett következik be. A fogyasztó teljesen védtelen az „újdonsággal" szemben, mert nincsenek meg az eszközei a javak használati értékének megvizsgálásához.

A szocialista gazdaságban az ilyen gyakorlat káros minden társadalmi rétegnek. Mi származik abból, hogy a vállalat például 10%-kal csökkenti a termelési költségeket, miközben a termék tartóssága mondjuk 20%-kal csökken? Másfelől természetesen nincs értelme annak, hogy tartós anyagokból készítsenek egy szezonnyi használatra rendelt cikkeket. A fogyasztás racionalizálása tehát megkívánja az árucikkek értékének és használati értékének, valamint a használati érték és a fogyasztói szükségletek kapcsolatának helyes meghatározását. Ez csak a tervgazdaságban lehetséges azzal a feltétellel, hogy a termelő nem saját partikuláris érdekeit, hanem az össztársadalmi érdeket tartja szem előtt.

** A javító és karbantartó szolgáltatások elégtelensége következtében csökkent a termékek üzemelési ideje és használati értéke. Ez nyilvánvalóan pazarlás.

A mezőgazdasági egységek árutermelésének fejlődése a racionális gazdálkodás elveivel nem mindig összeegyeztethető naturális fogyasztás arányának a csökkenéséhez vezet (számos termék fogyasztása rendszertelen, a fogyasztási struktúra főként a termelési feltételektől függ).

Vizsgálódásunk összefoglalásaként tehát megállapíthatjuk, hogy:

a) a fogyasztás racionalizálása fogalmának megvan a meghatározott értelme és közgazdasági jelentősége,

b) a szocializmusban kialakulnak az irracionalitás és a pazarlás felszámolását lehetővé tevő feltételek (míg a kapitalizmusban a nyereség utáni verseny és a jövedelmek egyenlőtlensége ezt gátolja),

c) az, hogy a lehetőség valósággá váljék, nemcsak a termelési viszonyok megváltozásán, hanem a termelőerők fejlődésén és a fogyasztók nevelésén is múlik, s ehhez a feladat végrehajtására tudatosan és tervszerűen törekvő gazdaságpolitika is szükséges.

A FOGYASZTÁSI CIKKEK TERMELÉSE ÉS A GAZDASÁGOSSÁGI SZÁMÍTÁS

A gazdaságossági számítás legáltalánosabb alapelve a racionális gazdálkodás elve (amit a gazdaságosság elvének is neveznek). „Ez az elv kimondja, hogy a nyereség maximális fokát akkor érik el, ha úgy járnak el, hogy az adott eszközráfordítás mellett a cél maximálisan valósuljon meg, vagy pedig úgy járnak el, hogy a cél megvalósításának adott foka mellett minimális eszközráfordítást vesznek igénybe. Az eljárás első változatát *a legnagyobb eredmény elvének* vagy a *legnagyobb termelékenység elvének* nevezzük. A másik változatot *a legkisebb eszközráfordítás elvének* vagy *az eszköztakarékosság elvének* nevezzük."*

Amikor termelni kezdünk valamit, két alapvető kérdésre kell választ adni: 1. mit termeljünk, 2. hogyan termeljünk?

A második kérdésre adott válasz a termelés módszerének megválasztására vonatkozik. Ezt a választást gazdaságossági számításra, vagyis annak meghatározására kell alapozni, hogy az ismert termelési eljárások közül melyik biztosítja a legnagyobb eszköztakarékosságot. Alkalmazható-e a termelési struktúra megválasztásához a gazdaságossági számítás is?

A társadalmi termelés — mint ismeretes — termelési eszközök és fogyasztási cikkek előállítását jelenti. A termelési eszközök iránti szükségletet a fogyasztási cikkek szükséglete de-

* O. *Lange:* Politikai gazdaságtan. I. köt. 175—176. old.

terminálja, ez utóbbi pedig a társadalom fogyasztási szükségleteinek függvénye. Az, hogy ha a termelési struktúra nem felel meg a társadalmi szükségletek struktúrájának, eszközpazarlásra utal, hiszen a társadalom a rendelkezésére álló készletekkel jobban ki tudná elégíteni szükségleteit, mint amennyire ténylegesen kielégíti*. A társadalmi szükségleteknek leginkább megfelelő termelési struktúra ugyancsak gazdaságossági számítás alapján határozható meg.

A társadalmi szükségletek és intenzitásuk közvetlen megismerése rendkívül bonyolult feladat. Rövid távon a javak és a szolgáltatások különböző csoportjai iránti szükségletekre vonatkozóan az információk leghozzáférhetőbb forrása — mint már említettük — a piac. Igaz, hogy a piac által szolgáltatott információk torzítottak (csak a vásárlóerővel alátámasztott szükségletekről tájékoztatnak), azonban az adott jövedelemelosztás és az adott árrendszer mellett kétségtelenül a fogyasztók preferenciáit tükrözik.

Korábban megfogalmaztuk azt a tételt, hogy a termelési struktúra akkor felel meg a legjobban a fogyasztói kereslet struktúrájának, amikor a kereslet és a kínálat egyensúlyát biztosító árak a társadalmi termelési költségekkel arányosak. Intuitíve ez teljesen magától értetődő. Ha a fogyasztók készek viszonylag (a költségekhez képest) magas árat fizetni pl. gépkocsiért, ez azt mutatja, hogy a gépkocsikínálat nem kielégítő.

Nézzük meg most ezt a kérdést egy számszerű példán. Tételezzük fel, hogy két jószággal (vagy két jószágcsoporttal), *A*-val és *B*-vel van dolgunk. Az *A* és *B* jószág kínálata, ára és költsége az 1. táblázatban foglaltak szerint alakul.

Ha a *B* jószág termelése pl. 15 egységgel nő, az *A* jószágé pedig 10 egységgel csökken, akkor — a két termék meghatározott helyettesíthetősége mellett — a társadalmi szükségletek általános kielégítettségi foka változatlan. Az *A* és a *B* jószág 3:2 áraránya azt fejezi ki, hogy a fogyasztók készek 1 *A* jószágot 1,5 *B* jószággal felcserélni. Ez természetesen csak meghatározott intervallumban igaz. Ha a *B* jószág egységeinek száma

* Lásd Ekonomia polityczna socjalizmu. 61—62. old.

jelentősen megnő, az *A* jószágé pedig csökken, akkor adott jövedelmek és fogyasztói preferenciák mellett meg kell változnia a termékek egymáshoz viszonyított árának. Ellenkező esetben a *B* jószágból viszonylagos fölösleg, az *A* jószágból pedig hiány lesz.

1. táblázat

Az A és a B jószág ára és költsége

Jószág	Mennyiség	Piaci egyensúlyi ár	Egy egység társadalmi költsége	A fogyasztók kiadásai	Globális termelési költség
A	100	3	2	300	200
B	100	2	1	200	100
				500	300

Térjünk vissza példánkhoz, ahol — feltételezésünk szerint — a *B* jószág 15 egységének 10 egység *A* jószággal való helyettesítése nem zavarja meg a piaci egyensúlyt. A 2. táblázat a termelési struktúra megváltoztatása utáni helyzetet mutatja:

2. táblázat

A megváltozott A és B jószágcsoport árai és költségei

Jószág	Mennyiség	Piaci egyensúlyi ár	Egy egység társadalmi költsége	A fogyasztók kiadásai	Globális termelési költség
A	90	3	2	270	180
B	115	2	1	230	115
				500	295

Mint e számításokból látható, a termelési struktúra átalakításának eredményeként a cél az előbbivel azonos mértékben, kisebb költséggel valósult meg (a termelés összköltsége 300-ról 295-re csökkent). Adott ráfordítással a társadalmi szükségletek az előbbinél magasabb fokon elégíthetők ki. A termelési struk-

túra további változásának — mint már említettük — az *A* és a *B* jószág relatív árváltozásához kell vezetnie. *Ceteris paribus* feltételezéssel az *A* jószág ára emelkedik, a *B* jószág ára pedig csökken. Az optimum akkor következik be, amikor az árarányok megegyeznek a társadalmi ráfordítások arányaival.

Ezzel kapcsolatban hangsúlyozni kell, hogy itt teljesen elvonatkoztatunk a társadalmi preferenciák kérdésétől, vagyis feltételezzük, hogy semmiféle társadalmi szempont nem szól egyik jószág termelésének fokozása, ill. korlátozása mellett sem.

A tőke III. kötetében Marx így mutatja be a szükségletek, a társadalmi munka elosztása és az árak kapcsolatát:

„Ha az összmunkát arányosan osztják el (a társadalom egészében — a *szerző* megjegyzése), akkor a különböző csoportok termékei értékükön (...) kerülnek eladásra, vagy pedig olyan árakon, amelyek ezeknek az értékeknek (...) általános törvények által meghatározott módosulásai. Itt valójában az értéktörvény érvényesül, nem az egyes árukra vagy cikkekre, hanem a munkamegosztás következtében önállósult különleges társadalmi termelési területek mindenkori össztermékeire vonatkozóan, úgyhogy nemcsak hogy minden egyes árura csak a szükséges munkaidőt fordítják, hanem a társadalmi összmunkaidőből is csak a szükséges hányadot használják fel a különböző csoportokban. (...) Tegyük fel például, hogy aránylag túl sok pamutszövetet termeltek, bár ebben a szövet-össztermékben csak az előállításához az adott feltételek mellett szükséges munkaidő realizálódik. De ebben a különleges termelési ágban egyáltalában túl sok társadalmi munkaidőt használtak fel; az-az a termék egy része haszontalan. Az egészet tehát csak annyiért sikerül eladni, amennyit akkor érne, ha a szükséges arányban termelték volna."*

Dinamikus értelemben egy másik probléma is jelentkezik. A munka termelékenysége a különböző termelési ágakban eltérő ütemben emelkedik. Másként alakul a fajlagos költségek és a termelés mérete közötti összefüggés is. Egyes termékcsoportokban — a termelési volumen növelésével — jelentősen csökken-

* *Marx:* A tőke. III. köt. 618—619. old.

nek a fajlagos költségek, más termékcsoportokban pedig a költségek egyáltalán nem csökkennek, sőt emelkedhetnek is. Ezáltal világossá válik, hogy ha azokat a fogyasztási cikkeket előállító ágazatokat fejlesztjük, amelyekben gyors ütemű a műszaki fejlődés, s ahol a tömegtermelésből származó előnyök a legerősebben érvényesülnek, akkor adott társadalmi munkaráfordítással könnyebben ki lehet elégíteni a lakosság szükségleteit, mintha az emelkedő vagy lassan csökkenő költségű termelést fejlesztenénk. Az első esetben a lakosság reáljövedelmének növekedési üteme természetesen magasabb lesz, mint a második esetben.

Tisztában kell azonban lenni azzal, hogy bár fontos az előbbi szempont, mégsem játszhat döntő szerepet a célszerű fogyasztási modell meghatározásánál. A fejlett tőkésországok tapasztalatai rámutatnak a fogyasztási struktúra ilyen irányú fejlesztésének veszélyeire: a gépkocsigyártás előnyben van a lakásépítéssel szemben (ez utóbbi területen lassúbb a műszaki fejlődés), az olcsó könnyűipari termékek fogyasztása kiszorítja a kulturális termékek fogyasztását stb.

Véleményünk szerint a kérdés helyes értelmezése a következő:

1. A célszerű fogyasztási modellel kapcsolatos vizsgálatok kiindulópontjául a társadalmi szükségletek, vagyis az emberek élet- és munkakörülményeinek változásával kapcsolatos fogyasztási tendenciák vizsgálata kell hogy szolgáljon.

2. Az adott társadalmi-kulturális mintát alkotó társadalmi prioritások meghatározása korántsem jelenti, hogy egyértelműen adott az x időszak fogyasztási struktúrája. A prognosztika rendszerint legalább néhány olyan variánst ad, amelyek az adott célok hozzávetőlegesen azonos fokú megvalósítását teszik lehetővé. A variánsok közötti választás teremti meg a gazdaságossági számítás alkalmazási területét*.

* Egyébként a társadalmi prioritások meghatározása nem értelmezhető tisztán naturális felfogásban. A társadalmi értékelés nem korlátozódik a célok önmagukban való értékelésére, hanem rendszerint a célok megvalósításával összefüggő vállalkozások összességére irányul. Ha pl. egy új iskola építése és egy új kórház létesítése között kell választani, nem ele-

3. Az optimális megoldás nemcsak a műszaki fejlődés aktuális tendenciáival egybeeső fogyasztási irányok fejlesztését kívánja meg, hanem a műszaki fejlesztés meggyorsítását (és végső soron a fajlagos költségek csökkentését) is szükségessé teszi a termelésnek azokon a területein, amelyeknek nagy a jelentőségük a célszerű fogyasztási modell megvalósításában. A kérdés e komplex értelmezését a termelés és a fogyasztás dialektikája, kölcsönös meghatározottsága és egysége teszi szükségessé.

4. A célul kitűzött fogyasztási modellt — a társadalmi létfeltételekben és a termelési viszonyokban bekövetkező változásokkal összhangban — folyamatosan aktualizálni kell.

gendő, ha e létesítmények ráfordításait hasonlítjuk össze, mert a ráfordítások eredményei nem mérhetők össze. A döntés attól függ majd, hogy a társadalom (képviseletén keresztül) milyen jelentőséget tulajdonít a két cél megvalósításának. Azért, hogy a döntés ne legyen véletlenszerű, a döntést gazdaságossági számítással kell megalapozni, vagyis a ráfordításokat és az eredményeket előzőleg a lehető legpontosabban számításba kell venni. Valamelyik cél egy másikkal szembeni preferálásának fogalma teljesen elveszti értelmét, ha elvonatkoztatunk a ráfordításoktól.

Engels az Anti-Dühringben a következőképpen értelmezi a tervezés kérdését a kommunizmusban: „Mindenesetre a társadalomnak akkor is tudnia kell majd, hogy mindegyik használati tárgynak mennyi munkára van szüksége előállításához. A termelési tervet a termelési eszközök szerint kell majd berendeznie, s ezek közé tartoznak különösen a munkaerők is. A különböző használati tárgyak haszonhatásai — egymás között és az előállításukhoz szükséges munkamennyiségekhez képest mérlegelve — fogják a tervet végül is meghatározni." (*Marx—Engels* Művei. 20. köt. Budapest 1963. 303. old.) — Amikor Engels a különböző használati tárgyakból származó előnyök „mérlegeléséről" ír, a különböző jószágok fizikai tulajdonságait nem veheti figyelembe, hiszen ezek — mint erre Marx A tőke I. kötetében rámutat — nem lehetnek a tárgyak közös mérői. Az egyetlen értelmezés, amit itt elfogadhatunk, az, hogy az adott fogyasztás társadalmi eredményéről van szó, ami pedig a társadalmi értékelés szükségességét vonja maga után.

„Egy eljövendő társadalomban — írja Marx —, amelyben az osztályok antagonizmusa megszűnt, amelyben nincsenek többé osztályok, nem a termelési idő *minimuma* határozza majd meg a használatot, hanem a tárgy hasznosságának foka fogja meghatározni a termelésére szentelendő időt." (*Marx—Engels* Művei. 4. köt. Budapest 1959. 89. old.)

A FOGYASZTÁSI TERV MEGVALÓSÍTÁSÁNAK KÖZGAZDASÁGI ESZKÖZEI

Az előző fejezetben a fogyasztási modell alakulásával összefüggő kérdéseket tárgyaltuk. A fogyasztási modell megváltoztatása rendszerint hosszabb időszakot igényel, mert a modell megváltozása mélyreható átalakulásokat tételez fel egyrészt a fogyasztók preferenciarendszerében, másrészt szükségessé teszi a termelési struktúra megfelelő átalakulását is. A következőkben megvizsgáljuk azokat a közgazdasági és gazdaságpolitikai eszközöket, amelyek segítségével a (tervező — *A szerk.)* központ rövid távon biztosítja a fogyasztási terv megvalósulását és azt, hogy a fogyasztási minta a kívánt irányban fejlődjék.

1. A LAKOSSÁG VÁSÁRLÓERŐJÉNEK NAGYSÁGA

A fogyasztási terv megvalósulása két tényezőtől függ: a fogyasztási cikkek termelési tervének végrehajtásától és az előállított termékek értékesítésétől.

Ha feltételezzük, hogy a fogyasztók ízlése és fogyasztási hajlama (az adott időszakban) állandó, akkor a fogyasztási cikkek keresletét a pénzjövedelmek és az árak határozzák meg. A jövedelempolitika egyik lényeges eleme, hogy befolyásolja a különböző társadalmi osztályok és csoportok fogyasztásának alakulását. A társadalmi fogyasztási alap szerepét, különösen pedig bizonyos szolgáltatások térítésmentes elosztásának jelentő-

ségét már ismertettük. E fejezetben a fogyasztási tervnek kizárólag azt a részét vizsgáljuk, amely a piac közvetítésével valósul meg.

A lakosság adott időszakban (pl. egy év alatt) keletkezett pénzjövedelmét nem használja fel ugyanabban az időszakban javak és szolgáltatások vásárlására.* A jövedelmek egy része készpénz-megtakarítássá vagy a takarékpénztárakban takarékbetétté alakul át. E megtakarításoknak az a rendeltetésük, hogy fedezzék a lakosság jövőbeni fogyasztási szükségleteinek kielégítését. A megtakarítások különleges formáját képezi az ún. céltakarékosság, amelynek lényege, hogy bizonyos pénzösszeget meghatározott célra (pl. lakásra, gépkocsira) gyűjtenek. A takarékossági formák alakulása rendszerint azzal függ össze, hogy állami vagy szövetkezeti intézmények kötelezettséget vállalnak: bizonyos hiánycikkekben tervszerűen kielégítik a lakossági igényeket. A céltakarékosság lehetővé teszi az adott cikkek jövőbeni keresletének pontos meghatározását.

A megtakarítások állományváltozása a lakossági jövedelmek és kiadások mérlegének része. A mérleg e két oldala közötti egyensúly fenntartása — mint ismeretes — a piaci egyensúly biztosításának egyik alapfeltétele. A takarékállomány váratlan csökkenése (a betétek kivonása) a piaci egyensúly megsértésével fenyeget. E veszély megelőzése feltétlenül megkívánja bizonyos árukészletek tartalékolását. A lakosság önkéntes megtakarításainak váratlan változása még azzal is járhat, hogy túl nagy árukészletek halmozódnak fel, amelyeket az adott időszakban — kereslet hiányában — nem lehet értékesíteni. A kereslet növelésének eszköze a fogyasztási hitel.

A fogyasztási cikkek hitelre történő árusítása (a legelterjedtebb forma a részletre való eladás) a jövőbeni jövedelmek terhére teremt többlet-vásárlóerőt. Ez a hitel tehát a takarékossággal ellentétes irányban hat. Amikor megtakarítások keletkeznek, a folyó jövedelmeket jövőbeni fogyasztásra tartalékolják, fogyasztási hitel igénybevételekor pedig a később keletke-

* Azt a pénzösszeget, amelyet a lakosság egy adott időszakban áruk és szolgáltatások vásárlására költ, vásárlóalapnak nevezzük.

ző jövedelmek egy részét fordítják folyó fogyasztásra. Ebből az következik, hogy a fogyasztási hitellel való manőverezésnek meghatározott szerepe lehet a fogyasztási javak és a szolgáltatások iránti globális kereslet szabályozásában. Különösen fontos ez a szerep azért, mert a takarékállomány változásának tervezése mindig magában rejti a bizonytalansági elemet.

Ez a kérdésnek csak az egyik vonatkozása. A fogyasztási hitel rendszerint szelektív jellegű, vagyis csak meghatározott cikkek vásárlására nyújtják. Ez a hitel: *a)* elősegíti a fogyasztás bővülését azokban a kijelölt árucsoportokban, amelyek kereslete — az adott termelési lehetőségek vagy a társadalmi preferenciák miatt — nem kielégítő, *b)* tartós használati cikkek vásárlására ösztönöz (leggyakrabban ilyen cikkeket árusítanak részletre), ami a társadalom életszínvonalának emelése szempontjából nagy jelentőségű, *c)* azáltal, hogy az egyéneket — a vállalt kötelezettségek törlesztése céljából — takarékos gazdálkodásra kényszeríti, elősegíti az egyéni fogyasztás racionalizálását. A fogyasztási hitel és a takarékosság szembenállása tehát csak viszonylagos.

Ha biztosítva van az egyensúly a fogyasztási cikkek és a szolgáltatások globális kínálata és kereslete között, akkor a fogyasztási terv megvalósulása az áraktól függ.

2. A FOGYASZTÁSI CIKKEK ÉRTÉKESÍTÉSI ÁRA

A fogyasztási terv megvalósulása céljából az árakat olyan szinten kell megállapítani, ami biztosítja a kereslet és a kínálat összhangját. Ha az árakat e szintnél magasabban vagy alacsonyabban szabják meg, akkor ez zavarokat idéz elő a piacon. Az első esetben az áruk egy része eladhatatlanná válik és megtölti a raktárakat, a másik esetben pedig az adott cikkek kereslete meghaladja kínálatát.

A túlzott mértékű készletfelhalmozás rendszerint árcsökkentést tesz szükségessé, s az árcsökkentés annál nagyobb mértékű, minél később kerül rá sor. Eközben növekszik az eladatlan áruk mennyisége, s az értékesítés egyre nehezebbé válik. Túl

magas árak megállapítása azzal a káros következménnyel is jár, hogy az áruk egy része megromlik, s felhasználhatatlanná válik. A társadalmi munka tehát részben elfecsérlődik.

A túl alacsony árak a fogyasztás racionálását (sorolását, adagolását) teszik szükségessé. Ez a racionálás lehet szervezett és tervszerű vagy spontán jellegű. Szervezett racionálás a jegy- vagy utalványrendszer bevezetése. A spontán racionálás azt jelenti, hogy egyes árucikkek beszerzési lehetősége ténylegesen korlátozott, de elsőbbséget élveznek azok az alkalmi vevők, akik jobban tájékozottak, több a szabad idejük vagy véletlenül jelentkeznek elsőként az áruért.

Maga a racionálás létezése bizonyítja, hogy az áruk és szolgáltatások rendelkezésre álló mennyiségét magasabb áron is el lehetne adni. Más szóval a fogyasztók egy része szívesebben fizetne magasabb árat, mintsem lemondjon a kérdéses javakról. Olyan helyzet alakul ki, amely kedvez a tisztességtelen eladók és a vevők egy része közötti „koalíciónak". Ennek eredményeként kialakul a feketepiac és virágzik a spekuláció.

A jegyrendszer a fogyasztás és a termelés megmerevítésének irányában hat, ami kedvezőtlen hatást gyakorol a munka termelékenységére. A fogyasztásnak az „aki kapja, marja" elv szerinti szabályozása feketekereskedelmet szül, s az elosztás területén különféle spekulációk táptalajául szolgál. Ebben az esetben a jövedelmek másodlagos elosztása spontán módon megy végbe.

Ha a kereslet és a kínálat változatlan, a piaci zavarok árváltoztatással küszöbölhetők ki.* Ha bizonyos cikkek kínálata nem kielégítő, akkor mindig van egy olyan kellően magas ár, amellyel a cikk iránti igények a rendelkezésre álló mennyiségig korlátozhatók. Normális körülmények között az ár a fogyasztás rövid távú gazdasági szabályozásának alapvető eszköze.

Az „egyensúlyi ár" elvének elfogadása nem azt jelenti, hogy

* Amikor változatlan kínálatról beszélünk, egy adott kínálati görbére gondolunk. Ebben az esetben a görbe tényleges szükségletet mutató pontjának a helyzete kizárólag az ártól függ.

az egyensúly rendszerint a keresletnek a kínálathoz igazításával áll helyre. Ellenkezőleg, a piaci egyensúlyi zavarokra a tervezőnek úgy kell reagálnia, hogy mindent megtesz azért, hogy a kínálatot igazítsa a kereslethez. Ha megfelelő árukészlet áll rendelkezésre, a piaci egyensúly helyreállítható árváltoztatás nélkül. Nem az ár az egyetlen eszköz, amely jelezheti, hogy a termelésben változtatásokra van szükség. Az ilyen változtatások szükségességét mindenekelőtt a készletállomány változásai jelzik. Ezek a változások azt mutatják, hogy meghatározott árucikkeket a tényleges szükséglethez képest elégtelen vagy fölös mennyiségben termelnek. Ha viszont nincs lehetőség a termelési (és a külkereskedelmi) struktúra módosítására, akkor az árakat kell változtatni. Ez az árváltozás nem az adott javak globális fogyasztásának nagyságát befolyásolja (nem lehet többet elfogyasztani, mint amennyit a termelésből és importból biztosítanak), hanem csupán a különböző jövedelmű fogyasztói csoportok fogyasztási részesedését érinti. A javak általános hozzáférhetősége valamennyi fogyasztói csoport számára hasznot jelent.

Két esetben nem alkalmazható az egyensúlyi ár:

1. amikor az egyensúlyi ár erősen korlátozná vagy egyenesen lehetetlenné tenné, hogy a lakosság egy része közszükségleti cikkeket fogyasszon;

2. amikor fontos társadalmi szempontok a kérdéses javak, ill. szolgáltatások elosztásánál a vásárlóerő helyett más kritériumok alkalmazása mellett szólnak.

Példaként említhetjük a lakbért és a gyógykezelési költségeket. A komoly lakásproblémák ellenére a lakásárakat kétségtelenül úgy is meg lehet állapítani, hogy biztosítsák a kereslet és a kínálat egyensúlyát. Ekkor azonban a lakás általában elérhetetlen lenne a lakosság kisebb jövedelmű csoportjai számára. Itt tehát az „egyensúlyi ár" nem oldhatja meg a problémát. A lakáskiutalást más elvek alapján kell végezni.* A má-

* Ezen a területen a fogyasztás nagyságát nemcsak az árak, hanem a kötelező lakásnormák is korlátozzák. A kis jövedelmű családok lakáskiutalásban részesülnek, a társas építkezések finanszírozásához az állam is hozzájárul stb.

sik példa a gyógykezelésre vonatkozik. Ha a gyógykezelési költségek és a gyógyászati szolgáltatások minősége a betegek fizetőképességétől függne, a nagyobb jövedelmű népességcsoportok határozottan előnyben részesülnének a kisebb keresetű csoportokkal szemben. Tehát fontos szociális és etikai szempontok szólnak az ilyen kiváltságok ellen. Vagyis a szocializmusban az ár nem játszhat olyan szerepet, amely szabályozná ezt a sajátos „fogyasztást".*

A gyakorlatban van még egy olyan eset, amikor a fogyasztási cikkek árát nem a kereslet és a kínálat egyensúlyát biztosító szinten állapítják meg. Ez akkor fordul elő, amikor egyértelmű, hogy az egyensúly a kérdéses piacon csak rövid időre ingott meg, és az egyensúlyhiány viszonylag könnyen megszüntethető.

3. AZ ÁRPOLITIKA MINT A TÁRSADALMI PREFERENCIÁK KIFEJEZŐDÉSE

Az ár kategóriájának létezése feltételezi, egyben meg is kívánja az áraknak az értéktől (és annak módosult formájától) való eltérését.** Az árpolitika lényege, hogy ezeket az eltéréseket és az árak tervszerű megváltoztatását a társadalmi és a gazdasági célok szolgálatába állítsa. Ahhoz, hogy helyes árpolitikát folytassunk, ismernünk kell az ár működési mechanizmusát és a piacvizsgálat széleskörűen alkalmazható ökonometriai módszereit, amelyek lehetővé teszik az árműveletek gazdasági következményeinek helyes előrejelzését.

* Ez a szabály nem mond ellent bizonyos térítéses formák alkalmazásának az ambulancián és a kórházi kezelésben. A térítéses elv — bizonyos mértékben — kétségtelenül korlátozza az egészségügyi szolgáltatások igénybevételét, de ezen a területen nem lehet „egyensúlyi árról" beszélni.

** A kapitalizmusban az árak a termelési ár körül ingadoznak. A szocializmusban — meggyőződésünk szerint — a hasonló szerepet az ún. programozott árak töltik be. (Lásd Ekonomia polityczna socjalizmu. 17. fejezet.)

Az értékesítési árak a társadalmi termelési költségektől vagy az ún. szűk termelési keresztmetszetek, vagy annak következtében térnek el, hogy a társadalmi és az egyéni preferenciák nem esnek egybe. Az ár — az adott társadalmi preferenciáknak megfelelően — a fogyasztás bővítésének vagy korlátozásának eszköze.

A társadalmi preferenciák nemcsak bizonyos javak és szolgáltatások fogyasztására, hanem a lakosság különböző csoportjainak a társadalmi fogyasztásból való részesedésére is vonatkozhatnak. A kultúra terjesztésére törekedve pl. az állam viszonylag alacsonyan állapítja meg a kultúrcikkek árát, másrészt olyan differenciált árrendszert is alkalmaz (pl. a szakszervezetek által terjesztett kedvezményes színházjegyek), amely azokat a vevőket preferálja, akik a múltban nem kielégítő mértékben vették igénybe ezeket a javakat.

Az árpolitikának célja lehet az is, hogy korrigálja a reálbéreket és a jövedelmi arányokat. A szocializmusban — különösen fejlődésének első szakaszában — határozott ellentmondás jelentkezik a bérek és a jövedelmek differenciálásának szükségessége és a kiegyenlítésükre irányuló tendencia között. Az ellentmondás mérséklésének egyik módja, hogy a magasabb rendű javak árának lényegesen nagyobb a tisztajövedelem-hányada, mint az alacsonyabb rendűekének.

Az egyes egyének és társadalmi csoportok részesedése a felosztott nemzeti jövedelemből (pontosabban a nemzeti jövedelem fogyasztási alapjából) a legpontosabban a társadalmi munkaráfordításnak azzal a mennyiségével mérhető, amely a pénzjövedelmükből megvásárolt javakban és szolgáltatásokban (a paraszti gazdaságokban figyelembe kell venni az ún. önfogyasztás körébe tartozó termékeket is), valamint az igénybe vett társadalmi (vagyis teljesen vagy részben az állam által szubvencionált) juttatásokban ölt testet.

Hagyjuk most figyelmen kívül ezeket a szolgáltatásokat (visszatérünk hozzájuk a VI. fejezetben), s álljunk meg annál a kérdésnél, milyen következményekkel jár az, hogy az alacsonyabb és a magasabb rendű javaknál differenciált a tisztajövedelem-tartalom.

A például 2000 złotyt, *B* pedig 6000 złotyt keres havonta. A nomináljövedelmek aránya *B*:*A* = 3:1. Ha azonban *A* és *B* fogyasztását a társadalmi termelési költségek alapján és nem az értékesítési árakon vesszük számításba, kiderül, hogy a kapott értékek (tehát a beszerzett javak értékének) aránya kisebb, mint 3:1. Ez annak a következménye, hogy a *B* által vásárolt magasabb rendű javak árát nagyobb forgalmiadó-kulcsok terhelik, mint az *A* által vásárolt alacsonyabb rendű javak árát. Tehát a különböző társadalmi csoportoknak a társadalom rendelkezésére álló fogyasztási alapból való tényleges részesedése között kisebb a különbség, mint e csoportok nomináljövedelme között.

A jövedelemkülönbségek másképpen is csökkenthetők: az illetményadó megfelelő progressziójával. A túl progresszív adó azonban káros, mert gyengíti a szakmailag magasan képzett dolgozók anyagi érdekeltségét a munkaerő-kínálat és a munka termelékenységének növelésében. Ebből következnek azok a kísérletek, amelyek arra irányulnak, hogy az árat a jövedelem újraelosztásának eszközévé tegyék.

Az ismertetett árpolitikának azonban sok negatív vonása is van. Az ún. luxuscikkek árának túl magas szinten történő megállapítása fékezi fogyasztásuk fokozatos elterjedésének normális folyamatát és azt, hogy e cikkek tömegfogyasztási cikkekké alakuljanak át.

A kapitalizmusban a nagy jövedelemkülönbségek a tömegek fogyasztását szembeállítják a vagyonos rétegek fogyasztásával. Bár bizonyos luxuscikkek fogyasztása a termelés fejlődésével demokratizálódik, de általában növekszik a luxusfogyasztás részaránya. A sorrendiség általában a következő: az új cikkek piaci megjelenését követően először csak a jómódú rétegek fogyasztják őket, később a középrétegek is elkezdik vásárolni, végül közhasználati cikké válnak, vagyis többé már nem luxuscikkek. Ez a folyamat együtt jár az adott cikk iránti kereslet jövedelemrugalmasságának fokozatos csökkenésével, amit új szükségletek kialakulása ellensúlyoz.

A szocializmusban viszonylag nem számottevőek a jövedelemkülönbségek. Ezáltal az ún. luxusfogyasztás sokkal kisebb

szerepet játszik, és egészen más jellegű, mint a kapitalizmusban. A társadalmi terméknek ez csak viszonylag jelentéktelen hányadát jelenti. A tömeg- és luxuscikkek megkülönböztetése azonban továbbra is aktuális. Hasonlóképpen időszerű ez utóbbi cikkek fogyasztásának demokratizálása is. Ezt a kérdést a távlati tervezésben figyelembe kell venni. *A társadalom termelőerőinek fejlődésével bővül a magasabb rendű fogyasztási cikkek termelése, ezzel összefüggésben pedig felül kell vizsgálni e cikkek árpolitikáját is.*

4. AZ ÁRAK VÁLTOZÁSA ÉS AZ ÁLTALÁNOS ÁRSZÍNVONAL STABILIZÁLÁSA

A piaci egyensúly feltételei állandóan változnak. A „piacot megtisztító" (a kereslet és a kínálat egyensúlyát biztosító) árak sem lehetnek abszolút állandóak, hanem bizonyos flexibilitással kell rendelkezniük, vagyis reagálniuk kell a kereslet változásaira (feltéve, hogy a kínálat adott).

Az árflexibilitás a kereslet árrugalmasságának a reciproka. A flexibilitási együttható azt fejezi ki, hogy a kereslet 1%-os bővítése céljából hány százalékkal kell csökkenteni az árat (feltételezve, hogy az összes többi tényező — vagyis a jövedelmek, a kínálat, az ízlés, valamint a többi jószág és szolgáltatás ára — változatlan). A kereslet árrugalmassági együtthatója tehát:

$$e_p = \frac{\Delta q}{\Delta p} \cdot \frac{p}{q};$$

A keresletre vonatkozó árflexibilitási együttható pedig:

$$\frac{1}{e_p} = \frac{\Delta p}{\Delta q} \cdot \frac{q}{p};$$

ahol:
q — az adott jószágnak a szükségleteknek megfelelő mennyisége,
p — az adott jószág ára.

Egyre kisebb, vagyis nullához tartozó növekményeket feltételezve, az előbbi képletek a következő alakot öltik:

$$e_p = \frac{dq}{dp} \cdot \frac{p}{q};$$

$$\frac{1}{e_p} = \frac{dp}{dq} \cdot \frac{q}{p};$$

A tervgazdaságban azonban a kereslet árrugalmassága és árflexibilitása közötti kapcsolat nem ilyen egyszerű. A kereslet bizonyos mértékben spontán módon alakul, az árváltozások többsége viszont tervszerű. Ezek a változások tehát vagy eleget tesznek vagy nem a piaci egyensúly követelményének. Be kell tehát vezetnünk két fogalmat: a virtuális (látszólagos) flexibilitást és az effektív (tényleges) flexibilitást. Az előbbi a kereslet rugalmasságának reciproka és a piaci egyensúly feltételeit biztosítja, az utóbbi viszont az áraknak a kereslet változására való tényleges reagálásának a mértéke.* A tényleges és a látszólagos flexibilitás egymástól való eltérése bizonyos feszültség kialakulását vonja maga után a kereslet és kínálat között.

A tényleges flexibilitás függ a látszólagos flexibilitástól és az intézményi tényezőktől, vagyis attól, hogy kinek van ármegállapítási joga és hogy az árváltozásokat milyen módon hajtják végre. Bizonyos termékek esetén (pl. zöldség, gyümölcs) az árak megmerevítése vagy a szükséges ármódosítások késedelmes végrehajtása jelentős veszteségeket okozhat. Más termékeknél (pl. kenyér, hús) az állam arra törekszik, hogy az adott árak mellett hosszú távra biztosítsa a kereslet és a kínálat egyensúlyát. *A helyes intézményi megoldások jelentősége tehát nagy az egész árpolitika hatékonyságának biztosításában.*

Általánosságban véve az árpolitika rendszerint az árak stabilitásának biztosítására irányul. Az árakat akkor tekintjük stabilnak, ha megszűnnek a gyakori és viharos ármozgások.

* Keresletváltozásnak itt csak azokat a változásokat tekintjük, amelyek következtében felbomlik az adott cikk keresletének és kínálatának egyensúlya.

Az árstabilitás feltétele abból adódik, hogy a fogyasztási tervben figyelembe kell vennünk a történelmileg kialakult fogyasztási modellt. A fogyasztási cikkek árarányainak gyakori és viharos változásai — még akkor is, ha azzal a nem túl reális feltevéssel élünk, hogy ezek a változások nincsenek összefüggésben az inflációs folyamatokkal — konfliktusba kerülnek a meglevő fogyasztási szokásokkal, felborítják azok eddigi struktúráját, s ez érzékenyen érinti a fogyasztókat.

Az egyik fontos cél, amelyet az árpolitika rendszerint maga elé tűz: az árak *teljes stabilizálása.* E cél megvalósítása igen nagy jelentőségű a lakosság reáljövedelmének stabilizálása és fokozatos emelése szempontjából (ez az emelés ekkor a nominálbérek növekedésével párhuzamosan valósul meg), továbbá a jövedelemelosztás ellenőrizetlen változásainak megelőzése és az olyan légkör kialakulása szempontjából, amely kedvez a lakosság személyi takarékossága növekedésének, valamint a termelési költségek csökkentésének.

A teljes árstabilizálás természetesen nem az összes ár állandóságát, hanem csupán azt jelenti, hogy egyes árucikkek árainak csökkentése és másoknak az emelése egymással összhangban valósul meg, s ez az általános árindex stabilizálódásában fejeződik ki. A különböző fogyasztói csoportok fogyasztási szerkezete azonban eltérő. Az általános árindex stabilitása tehát nem zárja ki, hogy a javak és szolgáltatások árváltozásának eredményeként jelentős mértékű jövedelem-újraelosztás megy végbe.

Az árstabilizációs politikának ezek szerint el kell fogadnia egy újabb kikötést: azt, hogy az árcsökkentéseknek és az áremeléseknek ugyanazon fogyasztói csoportokat kell érinteniük — (itt elsősorban a népességnek az egy fogyasztóra jutó nomináljövedelem szerinti csoportosításáról van szó). A személygépkocsi árának csökkentése pl. nem ellensúlyozhatja a szövet áremelését, mert gépkocsit csak a magasabb jövedelmű népességcsoportok vásárolnak, a szövet pedig közszükségleti cikk.

Végül hangsúlyozni kell, hogy az árstabilitást — a kérdés

vitathatatlan jelentősége mellett — nem lehet elsődleges gazdaságpolitikai célnak tekinteni. A társadalmi szükségletek kielégítésének mértéke a fogyasztási alap növekedésétől függ, ez pedig elsősorban a nemzeti jövedelem növekedési ütemétől. Ha tehát ellentmondás alakul ki az árstabilitás biztosításának feltételei és a gazdasági növekedés szükségletei között, akkor rendszerint a növekedést részesítik előnyben.

5. AZ ÁRVÁLTOZÁS HELYETTESÍTÉSI ÉS JÖVEDELMI HATÁSA

Valamely jószág árának megváltozása két egymásba fonódó hatást vált ki: a helyettesítési és a jövedelmi hatást.

A helyettesítési hatás a viszonylag olcsóbbá váló cikkek keresletének bővülése és azon cikkeknek az általuk történő részleges helyettesítése irányában hat, amelyek — változatlan egyéb feltételek mellett — viszonylag megdrágulnak. A szalonna árának csökkenése pl. arra készteti a fogyasztókat, hogy a többi zsiradékot részlegesen szalonnával helyettesítsék.

E mechanizmus mellett azonban a másik mechanizmus is működik. Egy cikk árának csökkenése a fogyasztók reáljövedelmének növekedésével egyenértékű (és fordítva, az ár növekedése a reáljövedelem csökkenését jelenti). Vagyis egy adott cikk árának csökkenése lehetővé teszi, hogy a fogyasztó az árunak a korábbival azonos mennyiségét vásárolja meg, s ugyanakkor bizonyos mennyiségű szabad pénzeszközre tegyen szert. Ezek az eszközök olyan jószágok és szolgáltatások vásárlására használhatók fel, amelyek nincsenek kapcsolatban annak a jószágnak a fogyasztásával, amelynek az ára megváltozott (a szalonna árcsökkenésének eredményeként megtakarított pénzét a fogyasztó pl. mozijegyre fordíthatja).

Bizonyos esetekben a jövedelmi hatás gyengítheti vagy akár meg is semmisítheti a helyettesítési hatás következményeit. A szegény országokban pl. a kenyér árának jelentős növekedése a többi élelmiszer fogyasztásának összezsugorodását okozhatja,

ami végeredményben a kenyér keresletének növelését eredményezheti.*

A reális árpolitika folytatása céljából meg kell vizsgálni, hogy az egyes termékpiacok közötti kapcsolatok eredményeként jelentkező különféle hatások hogyan rakódnak egymásra és fonódnak össze. Egyes cikkek árváltozásának jövedelmi hatása teljesen váratlan változásokat idézhet elő a többi cikk keresletének alakulásában. Ezért az árrendszer egészét kell figyelembe vennünk. Az árrendszer tervezett korrekcióit nem lehet elszakítani a beruházások és a termelés fejlesztési irányait kijelölő távlati tervezéstől és a fogyasztási modell változásaitól.

A szocializmusban — központi árpolitika mellett — leggyakrabban az árváltozások helyettesítési hatásának erősítésére és a lehetőségekhez mérten a jövedelmi hatás — más cikkek és szolgáltatások árainak megfelelő változtatásával történő — semlegesítésére törekednek. Ez természetesen nem abszolút érvényű szabály. Az ármódosítások *explicite* irányulhatnak a jövedelmeknek a fogyasztás és a felhalmozás közötti, vagy a különböző társadalmi csoportok közötti átcsoportosítására is.

A Szovjetunióban és más szocialista országokban hosszú ideig az a felfogás uralkodott, miszerint a fogyasztási cikkek és a szolgáltatások meghatározott időnkénti árcsökkentése a lakossági reáljövedelem-emelés egyik alapvető formája kell hogy legyen. E felfogásnak ma is sok híve van. Számos példát hozhatnánk fel olyan árrendezésekre is, amelynek fő célja a jövedelmeknek a parasztság és a munkásosztály vagy a lakosság különböző jövedelmi csoportjai közötti másodlagos elosztása

* Ezt a jelenséget elsőként R. Giffen angol közgazdász ismertette. A szegényebb népesség fogyasztását vizsgálva meglepődve állapította meg, hogy „minél drágább a kenyér, annál nagyobb a fogyasztása". Az ún. Giffen-effektus vagy Giffen-paradoxon élénk vitákat váltott ki a közgazdászok között. (Lásd *G. J. Stigler:* Notes on the History of the Giffen Paradox. The Journal of Political Economy, 1947. LV köt. 152—156. old.) Az állítólagos paradoxont teljesen megmagyarázza az árváltozás helyettesítési és jövedelmi hatásának együttes érvényesülése (erre először J. R. Hicks hívta fel a figyelmet).

volt.* Ennek ellenére tipikusnak azt a helyzetet tekinthetjük, amikor az ármódosítás helyettesítési hatását erősítik és jövedelmi hatását közömbösítik. E mellett szólnak a következő szempontok:

— a jövedelmek újraelosztása megoldható más gazdaságpolitikai eszközökkel (nominálbérek, adók változtatásával stb. — amelyek általában sokkal pontosabbak és hatékonyabbak, mint az árak —, a fogyasztási struktúrát viszont árváltoztatás nélkül nem lehet átalakítani;

— a kereslet és a kínálat összehangolása állandó folyamat, amely a különböző javak és szolgáltatások árainak folyamatos változtatását kívánja meg, ezzel szemben viszonylag ritkán kerül sor a reáljövedelmek ismételt újraelosztására; az e célból végrehajtott árrendezést tehát egyedi jelenségnek kell tekintenünk.

Nincs mindig lehetőség arra, hogy egyes cikkek áremelésének hatását más (ugyanolyan rendű) cikkek árának csökkentésével egyenlítsük ki. Ha az áremelések nem a kívánt módon érintik a lakosságnak vagy bizonyos csoportjainak a reáljövedelmét, akkor annak következményeit gyakran a nominálbérek felemelésével kell ellensúlyoznunk. Egy egyszerű, számszerű példán keresztül beláthatjuk ennek a műveletnek az értelmét.

Tegyük fel, hogy az átlagos nominálјövedelem 2000 zł, s egy bizonyos cikk vásárlására a jövedelem 5%-át fordítják. Tételezzük fel továbbá, hogy adott jószág keresletének árrugalmassága (e_p) 0,5, a kereslet jövedelemrugalmassága pedig $E = 1$. A korábban megállapított árak mellett a kereslet kb. 9—10%-kal meghaladja a kínálatot. A piaci egyensúly helyreállítása te-

* Ilyen célokat szolgáló ár- és bérrendezés volt pl. az 1953. évi lengyelországi reform. A reform eredményeként: *a)* felemelték az iparcikkek és élelmiszerek fogyasztói árát, *b)* változatlan szinten tartották a kötelező beszolgáltatásból származó mezőgazdasági cikkek árát, *c)* a béremelés részben kompenzálta az áremelést.

hát az ár kb. 20%-os növelését kívánja meg. Ezt a következő képlettel számítottuk ki:

$$e_p = \frac{\Delta q}{\Delta p} \cdot \frac{p}{q}, \text{ ebből: } \frac{\Delta p}{p} = \frac{\frac{\Delta q}{q}}{e_p} = \frac{10\%}{0{,}5} = 20\%.$$

Az x jósággal kapcsolatos fogyasztói kiadások, amelyek eredetileg 100 zł-t (a jövedelem 5%-át) tették ki, az ár 20%-os emelése után tehát 20 zł-val magasabbak lesznek. Azért, hogy a reáljövedelem ne csökkenjen, a béreket 20 zł-val, vagyis 1%-kal fel kell emelni. A kereslet jövedelemrugalmassága 1, a bérek 1%-os emelése tehát a kereslet 1%-os növekedését vonja maga után. Ezáltal két hatás érvényesül: *a)* a kereslet 1%-os növekedése (az 1%-os béremelés következtében), *b)* a kereslet 10%-os összezsugorodása (a jószág árának 20%-os felemelése következtében). Végeredményben a jószág kereslete 9%-kal csökken.

Meghatározott javak árának emelése és az ennek ellensúlyozására egyidejűleg végrehajtott nomináljövedelem-emelés célja a fogyasztási struktúra olyan módon történő megváltoztatása, hogy egyes javak (amelyek kínálata nem kielégítő) kereslete összezsugorodjék, más javak fogyasztása pedig megfelelő mértékben emelkedjék.

E kettős művelet végrehajtásában a fő nehézség az, hogy a kompenzációs politika miként váljék érzékelhetővé az érintett emberek számára. A gazdaságpolitikának — akár jövedelmekről, akár a javak és a szolgáltatások fogyasztásáról van szó — statisztikai átlagértékekre (amelyek különböző lakosságcsoportokra vonatkoznak) kell támaszkodnia. Az átlagértékek gyakran számottevően eltérnek az egyedi értékektől. Ha a statisztikai adatok pl. azt mutatják, hogy egy állampolgár havonta átlagosan 60 zł-t fordít dohányra, ez azt jelenti, hogy a nem dohányzók kiadása 0, a dohányzók kiadása pedig sokkal több, mint 60 zł. Az átlagértékeken alapuló rekompenzáció tehát különböző mértékben fedezi az egyes fogyasztók veszteségét. Ezért az egyének a változások következményeit is másként érzik meg.

Az árpolitika egyik eszköze az árak differenciálása. Ennek az a lényege, hogy ugyanazokat a jószágokat, ill. szolgáltatásokat — rendeltetésüktől vagy az adott árut vásárló személyektől függően — különböző áron adják el.** Ez a módszer csak akkor alkalmazható, ha értékesítési monopólium van, vagy a piac ellenőrzése oly mértékben kifejlődött, hogy lehetővé teszi annak a két vagy több piacnak a megkülönböztetését és egymástól való elszigetelését, ahol az adott cikket árulják. A tőkésországok gyakorlatából sok példát ismerünk arra, hogy a termékeket különböző árakon értékesítik. Az Egyesült Államokban pl. a búza egy részét (először az emberi fogyasztásra alkalmatlan mennyiséget) olcsóbb áron takarmányként adják el, Franciaországban a bor egy részét a fűtőanyag-rendeltetésű alkoholfélék piacára helyezik át, Angliában a tejet más áron adják el a fogyasztóknak, mint a feldolgozó üzemeknek. Az exportdömpingnél is árdifferenciálás érvényesül. Mindezekben az esetekben az elosztás szabályozásának az a feltétele, hogy a piacokat el lehet különíteni egymástól, ill. célszerűen szét lehet választani a korábban homogén piacot. Az összefüggés itt nyilvánvaló. Ha pl. nem lennének vámkorlátok, a külföldön olcsóbban értékesített termékek visszatérnének az exportáló országba és a belső piacon magasabb áron értékesített termékekkel konkurrálnának.

A piacok egymástól való elszigetelődése nemcsak a hatékony árdifferenciálási politika feltétele, hanem részben megmagya-

* A Szerző az árak differenciálása kifejezést nem egyértelműen használja. Egyrészt így nevezi a J. Robinson nyomán árrétegzésnek (árdifferenciációnak) nevezett esetet, amikor a monopolista — az elemi piacok létezése alapján — ugyanazért a jószágért a vevő vásárlóképessége szerint különböző árakat kér. Másrészt az árdifferenciálás kifejezést egyéb, az árdifferenciációtól eltérő esetekre is alkalmazza. (— *A Kiadó* megjegyzése.)

** Ha ugyanazon áruknak különböző területeken térnek el az árai, ez még nem jelenti az árak differenciálását. Ilyen differenciálásról csak meghatározott körülmények között lehet szó. A kérdéssel a fejezet további részében foglalkozunk.

rázza annak lényegét is: ugyanis nem egyértelműen meghatározott, hogy mi az árdifferenciálás. Vegyük pl. a metró viteldíját. Franciaországban a metró első osztálya kizárólag az árban különbözik a másodosztálytól. A magasabb jegyár azonban azt eredményezi, hogy az első osztályon nincs tömeg. Következésképpen az utasok magasabb viteldíjért nagyobb kényelemben részesülnek. Lehet-e ebben az esetben „azonos szolgáltatásokról" beszélni? Vagyis az áraknak a differenciálása differenciálja a kérdéses javak értékesítésének és fogyasztásának feltételeit, egyúttal megkérdőjelezve a szóban forgó „javak és szolgáltatások azonosságát".

A definíció ezenkívül több más szempontból is kételyt ébreszt. Árdifferenciálást jelent-e pl. az, hogy a mezőgazdasági termékeknek az ipari központokban más az áruk, mint a kis településeken, vagy pedig ez a különbség az előállítási helyről a fogyasztás helyére történő szállítás költségeinek az eltéréséből adódik? Hasonló kérdést lehetne feltenni pl. a gabona aratás előtti és aratás utáni árával kapcsolatban is. A gabonát eladó mezőgazdasági termelőknek — mint ismeretes — kiadásaik vannak a raktározással (és a veszteségekkel) kapcsolatban. Lehet-e ebben az esetben az árak differenciálásáról beszélni?

Világosabbá válnak a felvetett kérdések, ha vizsgálatainkhoz az ideális piac elméleti modelljéből indulunk ki. Ebben a modellben területenként az áruk ára hosszabb időszakon keresztül nem térhet el nagyobb mértékben egymástól, mint ahogy az a szállítási költség miatt indokolt. Ugyanis mindaddig, amíg az áreltérés nagyobb, mint a szállítási költség, az árut abból a helységből, ahol olcsóbb, oda szállítják, ahol drágább. Így a helyi piacok országos piaccá egyesülnek. Hasonlóan alakul az árak időbeli kiegyenlítődése is. A raktározásra kerülő cikkeknél az anticipált és a tényleges ár közötti különbség tendenciájában a raktározási költségekkel egyenlő.

Árdifferenciálásról akkor beszélünk, ha egyes cikkekre — amelyek ára szabad áruforgalom és zavartalan fogyasztói választás esetén (feltéve, hogy a fogyasztók ismerik a piacot) azonos lenne — tervezett módon olyan árakat állapítunk meg, amelyek nagyobb mértékben eltérnek egymástól, mint amely-

nyit e cikkek térbeli mozgatásának és tárolásának stb. a költségei indokolnának. Minden olyan intézkedést tehát, ami az ármechanizmus „közlekedő edény"-rendszerébe való tudatos beavatkozást jelent, árdifferenciálási politikának minősítünk. Kivételt csak azok az esetek képeznek, amikor a tényleges árkülönbségek a gazdasági mechanizmusban jelentkező súrlódások és az azonos jószágok és szolgáltatások árkiegyenlítődési tendenciájának érvényesülésében bekövetkezett késések következményei.

A kapitalizmusban az árakat általában a profit maximálása céljából differenciálják. Az adott áru összkínálatának ellenőrzése lehetővé teszi, hogy a monopoltőkések az árutermelés egy részét alacsonyabb keresletrugalmasságú piacról a magasabb keresletrugalmasságú piacra helyezzék át és ezáltal növeljék összjövedelmüket. „Ha a monopoltőkés ugyanazon árut különböző piacokon árusítja, számára természetesen előnyös, ha az egyes piacokon más és más árat állapít meg, feltéve, hogy a kereslet rugalmassága e piacokon különböző. Ha ugyanis minden piacon azonos árat állapít meg, azt látja, hogy határbevétele — amelyre úgy tett szert, hogy termelésének bizonyos növekményét ugyanolyan áron adta el — egyes piacokon nagyobb, mint másokon.

Növelheti tehát profitját, ha kevesebbet ad el azokon a piacokon, ahol kisebb a kereslet rugalmassága és alacsonyabb a határbevétel, és többet ad el azokon a piacokon, ahol nagyobb a kereslet rugalmassága és magasabb a határbevétel. Addig fogja változtatni az értékesített mennyiséget, amíg határbevétele valamennyi piacon ki nem egyenlítődik."*

A szocializmusban értelmetlen volna arra törekedni, hogy az árak differenciálásával érjünk el maximális nyereséget, mivel a nemzeti jövedelem fogyasztási és felhalmozási alapra osztása az egész ár- és bérrendszer segítségével valósul meg. Az árak differenciálása azonban mégsem veszíti el jelentőségét. Meghatározott körülmények között az árdifferenciálás az a legelő-

* *J. Robinson:* The Economics of Imperfect Competition. London 1933. 181. old.

nyösebb gazdaságpolitikai módszer, amely lehetővé teszi az egyes társadalmi célok valóra váltását, a termelőkapacitások jobb kihasználását, a piaci egyensúly biztosítását stb.

7. AZ ÁRAK DIFFERENCIÁLÁSA MINT A SZOCIALISTA GAZDASÁGPOLITIKA ESZKÖZE

Lássunk néhány tipikus példát a differenciált árak alkalmazására a szocializmusban.

1. A lakosság egyes kategóriái kedvezményes színházjegyekben, vasúti és villamosközlekedési kedvezményben, olcsóbb lakásokban stb. részesülnek. Az árak differenciálását itt elsősorban szociális szempontok indokolják.

2. Bizonyos esetekben nehezen lehet meghatározni azt az árat, amely eleget tesz az alábbi három követelménynek: *a)* biztosítja a kereslet és a kínálat egyensúlyát, *b)* biztosítja a termelőüzemek rentabilitását, *c)* lehetővé teszi a termelőkapacitások teljes kihasználását. Ilyen jelenség az átlagos termelési költségek csökkenése mellett adódhat. Ez akkor fordul elő, amikor a kínálat megfelelő bővítéséhez szükséges értékesítési ár — az adott javak vagy szolgáltatások alacsony keresletrugalmassága miatt — nagyobb mértékben csökken, mint a tervezett önköltségcsökkentés. Ilyen helyzetben — össztársadalmi szempontból bármennyire is előnyös lenne — a termelést nem növelhetjük a termelőkapacitások teljes kihasználásáig (ami lehetővé tenné a költségek csökkenését), ha fenn akarjuk tartani a jövedelmezőségi elv érvényesülését.

A probléma vagy az árnak az adott termék felhasználási módjától függő differenciálásával, vagy a javak mennyiségétől függő változó ár alkalmazásával oldható meg. Nézzük meg ezt a kérdést egy konkrét példán.

Tételezzük fel, hogy egy kW/ó villamos energia ára (amely fedezné az előállítási költségeket és ugyanakkor biztosítaná a kereslet-kínálat egyensúlyát) 90 groszy lenne. Ilyen ár alkalmazásakor azonban az erőművek kapacitását csak 80%-ban használják ki. A termelőkapacitások teljes kihasználása az át-

lagköltség pl. 80 groszyra való csökkentését tenné lehetővé. A kereslet 20%-os bővítése (ami megfelel a termelőkapacitás kihasználásának, 80%-ról 100%-ra való növelésének) viszont az ár 70 groszyra történő csökkentését kívánja meg. Az áram árának egységes meghatározása elkerülhetetlenül azt eredményezi, hogy az erőmű vagy ráfizetéses lesz, vagy kapacitásait csak részlegesen használják ki. Ha viszont az erőmű kétféle árat alkalmaz, pl. az áram 80%-át továbbra is 90 groszyért fogja eladni, a többit pedig 40 groszyért, akkor költségeit teljes mértékben fedezni tudja, s ugyanakkor vevőt talál a többletként előállított elektromos energiára.

Az árak különféle elvek alapján differenciálhatók. Más árat lehet megállapítani pl. a háztartásokban felhasznált áramra, és más árat az ipar által fogyasztott áramra.

Egy másik lehetséges változatot jelent az ún. változó ár. Nagyobb mennyiségű áramfogyasztásnál a díj összegében bizonyos regresszió alkalmazható, vagy pedig az áram árának meghatározása két részből álló formula segítségével is történhet, ahol az egyik rész fix térítés, a másik pedig a felhasznált áram mennyiségével arányos összegű térítés.* Az utóbbi esetben az egységnyi áramfogyasztás díja — a felhasznált áram mennyiségétől függően — szintén differenciált lesz.**

3. Bizonyos javak egyidejűleg termelési eszközök és fogyasztási cikkek is (pl. a szén). A terv rendszerint előirányozza, hogy melyik piacra milyen mennyiség kerül, s a piacokat élesen elhatárolja egymástól. Ha a terv például *X* millió tonnában határozza meg az ország teljes szénfogyasztását, s ebből *Y* millió tonnát a lakosság tüzelőellátására, *Z* millió tonnát pedig az ipar

* A változó árak nem *sensu stricto* vett differenciált árak. Ilyen árak alkalmazásához nincs szükség egymástól elszigetelt piacokra. A termelő szempontjából ezek az árak a reklámhoz hasonló módon hatnak. Amikor a termelő — bizonyos többletráfordítások révén — reklámozza áruit, adott áron bővíti a kínálatot. Ugyanezt az eredményt éri el akkor is, amikor a vásárlások növekedésének arányában csökkenti az árakat.

** Ezt a megoldást alkalmazzák a telefon- és a taxidíjak stb. meghatározásánál.

és a szállítás szükségleteinek kielégítésére irányoz elő, ezzel kizárja egyrészt a háztartások egymás közötti, másrészt az ipar és a szállítás közötti szabad konkurrenciát. Vagyis magánszemély még magasabb áron sem vásárolhat ipari szenet, mert ez a piac a magánfogyasztók számára nem hozzáférhető.

A keresleti és a kínálati görbe metszéspontja piaconként eltérő szinten helyezkedhet el, ami azt jelenti, hogy egyáltalán nem kell olyan árnak léteznie, amely az egyensúlyi feltételeknek valamennyi piacon egyidejűleg eleget tesz. Az árak differenciálása ebben az esetben következménye, nem pedig célja a piac egymástól elkülönült és elszigetelt részekre osztásának.

Hasonló helyzet alakul ki a különböző gazdasági szektorok részére „kiutalt" termelési eszközök árainak differenciálásakor. Ha (maradvány formában) olyan magántőkés szektor is létezik, amely a kiskereskedelmen kívül kis termelőüzemekre is kiterjed, akkor a szocialista szektor rendszerint magasabb áron szállít ennek termelési eszközöket, mint az állami és szövetkezeti vállalatoknak. Az árak differenciálásának ez esetben az a jelentősége, hogy:

— csökkenti a magántőkés szektorban előállított termékek kínálatát (ami logikus, ha megfelel az ezzel kapcsolatos társadalmi preferenciáknak);

— szükségessé teszi az e szektor rendelkezésére bocsátott termelési eszközök hatékonyabb kihasználását, hiszen ez a termelési tevékenység folytatásának a feltétele;

— korlátozza a magántőkés szektor nyereségét.

4. Az árdifferenciálás különös formája az, ha a szocialista kereskedelemben viszonylag stabil árak és az ún. szabad piac spontán ingadozásainak kitett árak egymás mellett léteznek.* Ez különösen az élelmiszerekre vonatkozik, amelyeket egyrészt az állami és szövetkezeti üzlethálózatban, másrészt pedig

* A szabadpiac fogalmát itt nem klasszikus értelemben használjuk, hanem csupán annak a piacnak a megjelölésére, ahol az árakat nem állami szervek állapítják meg, hanem azok csak a kereslet és kínálat szabad játékától függenek.

a piaci elárusítóhelyeken lehet megvenni. Ha a piacon viszonylag állandó egyensúly van (vagyis amikor az adott áron értékesített termékek pillanatnyi hiánya vagy fölöslege gyorsan megszűnik), akkor a szocialista kereskedelemben tapasztalható árstabilitás a szabadpiaci árak ingadozása csökkentésének az irányában hat. Az előbbi árak az utóbbiakra annak következtében gyakorolnak stabilizáló hatást, hogy — stabil árpolitika hatására — a kereslet árrugalmassága rövid időszakokban megnő. Ha pl. a tojás kínálata néhány napig meghaladja a keresletet, és a szabadpiaci árak növekvő tendenciájúak, sok fogyasztó azért nem vesz tojást, mert meg van győződve arról, hogy az üzletben majd olcsóbban is vásárolhat. A fogyasztók reagálása az áremelkedésre ebben az esetben erősebb, mint akkor, ha úgy ítélik meg, hogy az árak emelkedő tendenciája huzamosabb ideig fog tartani. A kereslet nagyobb árrugalmassága kisebb árflexibilitást jelent, ami — mint megállapítottuk — a rugalmasság reciproka.

Teljesen másként alakul a helyzet, ha a piaci zavarok hosszabb ideig tartanak. Ekkor a kereslet rugalmassága kisebb lesz, mert: *a)* kimerülnek az adott cikkek tartalékai*, *b)* megváltoznak a jövőbeni áralakulási irányokkal kapcsolatos feltevések. Ha ilyen körülmények között a szocialista kereskedelemben értékesített árutömeg egy részénél az eladási árak megmerevednek, akkor ez fokozott ármozgást von maga után azon a piacon, ahol az árak nem állnak ellenőrzés alatt. Ez a jelenség a következőkkel magyarázható.

Tételezzük fel, hogy van egy hipotetikus keresleti táblánk. A gondolatmenet egyszerűsítése céljából kössük ki, hogy az alacsonyabb ár mellett jelentkező többletkeresletet kizárólag új vevők támasztják. A vevők megfelelő csoportjait jelöljük I, II és III számmal (II-vel a vevőknek azt a csoportját jelöljük, amely akkor jelentkezik a piacon, amikor az ár 10 egységről 9-re csökken, III-mal pedig azt a csoportot jelöljük, amely 8-nál nem tud magasabb árat fizetni stb.). A hipotetikus kereslet a következőképp fog alakulni:

* A kereslet árrugalmassága a vizsgált időszak hosszától függ.

Ár:		*Kereslet:*
10	100 (I)	= 100
9	100 (I) + 20 (II)	= 120
8	100 (I) + 20 (II) + 20 (III)	= 140
7	100 (I) + 20 (II) + 20 (III) + 10 (IV)	= 150

Ha az adott jószág kínálata 140 egység, az egyensúlyi ár 8, a keresletnek 120 egységre való csökkenése az ár 9-re való emelkedését vonja maga után. Ha feltételezzük, hogy a piaci mechanizmus zavartalanul működik és az ár biztosítja a kereslet—kínálat egyensúlyát, akkor az ár ezen a szinten alakul. Tegyük fel azonban, hogy a kínált árumennyiség két részből áll: az elsőt (legyen 70 egység) 8 egységnyi fix áron, a másik részt pedig a „piactisztító áron" adják el. 8 egységnyi ár mellett az adott jószág kereslete 140 egység, vagyis kétszerese az ezen az áron eladható áruk mennyiségének. A kínált árut tehát a vásárlási szándékkal fellépő fogyasztóknak csak egy része veheti meg. Mivel a piac valamennyi fogyasztó számára egyaránt hozzáférhető, feltételezhetjük, hogy a „szerencsés vevők" között — akiknek sikerült az árut 8 egységnyi áron megvásárolni — a potenciális vevők valamennyi csoportja azonos arányban képviselteti magát. Az alkalmazott jelölésekkel kifejezve: I—50 egység, II—10 egység, III—10 egység. Összesen 70 egység.

Az új, hipotetikus keresleti tábla — amely figyelembe veszi, hogy a korábbi vásárlások révén a kereslet részben már ki van elégítve — a következőképpen alakul:

Ár:	*Kereslet:*
10	100 (I) — 50 (I) = 50 (I)
9	100 (I) — 50 (I) + 20 (II) — 10 (II) = 50 (I) + 10 (II)
8	100 (I) — 50 (I) + 20 (II) — 10 (II) + 20 (III) — 10 (III) = = 50 (I) + 10 (II) + 10 (III).

Az eladásra megmaradó árumennyiség 50 egység (120—70= =50). Az egyensúlyi ár 10 lesz, tehát magasabb, mint az az esetleges „egyensúlyi ár", amely homogén piacon alakulna ki.

Az ismertetett jelenség nemcsak akkor fordul elő, ha két hi-

vatalos piac (a szocialista kereskedelem és a piaci kereskedelem) létezik, vagy ha meginog a kereslet és a kínálat globális egyensúlya, hanem akkor is, ha egy olyan hivatalos piac van, amelyen az árak megmerevedtek. Ha a kereslet (hosszabb időn keresztül) meghaladja a kínálatot, kialakul, a fekete- (illegális) piac, ahol az árak az egyensúlyi árnál lényegesen magasabb szintre „srófolódnak fel" (homogén piacot feltételezve). Magától értetődik, hogy az ilyen helyzet káros társadalmi következményekkel jár.

5. Árdifferenciálást alkalmaznak olyan rendszerben, amelyben bizonyos fogyasztási cikkek adásvételét részlegesen korlátozzák. Mint ismeretes, a fogyasztás nem minden helyzetben szabályozható árakkal. Ha bizonyos (alapvető szükségleteket kielégítő) cikkek kínálata elégtelen, és a „piactisztító ár" oly magas volna, hogy a lakosság egy része e cikkeket egyáltalán nem tudná megvásárolni, akkor a fogyasztást racionálni (adagolni, sorolni) kell. A lakosság jegyrendszerben történő ellátásának azonban számos negatív vonása van. E helyzetben kompromisszumos megoldást jelent az, ha a jegyrendszerrel — amelyben az árakat viszonylag alacsony szinten állapították meg — párhuzamosan szabályozás alá nem eső ellátást vezetnek be, ún. forgalmi árak mellett. A forgalmi árakat ekkor a piaci egyensúlyi követelményeknek megfelelő szinten állapítják meg, vagyis azok lényegesen magasabbak, mint a szabályozott javak árai.

Az ilyen differenciált árrendszer egyidejűleg két fontos kérdés megoldását szolgálja: azt, hogy *a)* kielégítse a társadalom valamennyi tagjának legelemibb szükségleteit, *b)* a fogyasztóknak bizonyos választási szabadságot biztosítson.

Az ilyen típusú megoldásra példa a háborút követő első években a lakosság jegyrendszerben történő húsellátása és a hús forgalmi áras értékesítése.

Hasonló elvek szerint lehet szabályozni egyes olyan szolgáltatások igénybevételét is, ahol az elosztás rendszerint dezideratív. Ennek nem kell (és nem is szükséges) azt eredményeznie, hogy az elosztás e formája értékét veszítse. Kétségtelenül óriási társadalmi jelentősége van annak, hogy bizonyos szolgálta-

tások (pl. orvosi ellátás) igénybevételét mindenekelőtt a rászorulóknak és nem azoknak biztosítjuk, akik elég magas jövedelemmel rendelkeznek. Ez azonban nem azt jelenti, hogy a dezideratív elosztás mentes minden hibától. A szükségletek körének meghatározása mindig valakinek az értékelésétől függ (pl. az illetékes orvosi testület véleményétől függ annak megállapítása, hogy egy adott személynek szanatóriumi kezelésben kell-e részesülnie), tehát nem mentes a szubjektív tényezőktől, a szolgáltatások „odaítélési" rendszere pedig nem elég rugalmas.*

8. A KERESKEDELEM SZEREPE A FOGYASZTÁSI TERV MEGVALÓSÍTÁSÁBAN

A társadalom fogyasztási szükségleteinek kielégítése — mint már korábban említettük — elsősorban a fogyasztási tervtől és annak végrehajtásától függ. A gyakorlatban előforduló fő veszélyek a következők: *a)* nem valósul meg a fogyasztási cikkek termelési terve; *b)* kedvezőtlenül alakul az előállított fogyasztási cikkek, ill. szolgáltatások volumenének és a lakossági vásárlóerő növekedésének aránya (ezt általában a tervek túlfeszítése okozza), ennek eredményeként a termelők (eladók) és nem a fogyasztók (vevők) piaca alakul ki; *c)* a termékösszetétel és a termékek minősége eltér a tervtől (ami rendszerint annak a következménye, hogy a gazdasági ösztönzőrendszer hibásan funkcionál a termelőüzemekben); *d)* a fogyasztási cikkek termelése nem tud rugalmasan alkalmazkodni a kereslet változásaihoz.

A fogyasztási terv teljesítése — de részben szerkezete is — nagymértékben függ a szocialista kereskedelem munkájától.

A kereskedelem alapvető funkciója, hogy realizálja az előállított árukat. Az adásvétel mozzanata a feltétele annak, hogy a termelt javak többsége a termelés szférájából a fogyasztás

* A betegek számára pl. kijelölik azokat az orvosokat, akiknek a segítségét igénybe vehetik.

szférájába kerüljön. Amikor a kereskedelem a termelést és a fogyasztást összekapcsolja egymással, egyúttal a társadalmi újratermelés mindkét láncszemére hatást gyakorol.

A realizálás folyamata döntő szerepet játszik a fogyasztási terv verifikálásában. A kereskedelemből érkező jelzések egyfelől lehetővé teszik, hogy a termelési tervet megfelelően korrigálják. Másfelől a kereskedelem befolyásolja a fogyasztók választási aktusait, s ezáltal aktívan formálja a fogyasztási modellt.

A kereskedelmi szervezetek vásárolják fel a mezőgazdasági termékeket, tevékenységük ezáltal kihat a lakosság élelmiszer- és az ipar alapanyag-ellátására, valamint magára a mezőgazdasági termelésre. Az ár mellett a felvásárló szervezet helyes munkája a másik olyan fontos tényező, amely a mezőgazdasági egységeket a tervezettnek megfelelő termelésre ösztönzi.

A fogyasztók áruvásárlását számos kereskedelmi szolgáltatás kíséri. E szolgáltatások különféle formákban jelentkeznek; kezdve az áruk raktározásától (ami mentesíti a fogyasztókat az egyéni készletezés alól) azoknak a műveleteknek a sorozatáig, amelyek a terméket a közvetlen fogyasztásra készítik elő (pl. a félkész ételek árusítása minimálisra csökkenti az otthoni főzési munkát).

Az áruforgalom körébe soroljuk a közétkeztetési vállalatok tevékenységét is. Ezek a vállalatok *de facto* külön gazdasági ágazatot alkotnak, ahol a termelés, a szolgáltatások, a realizálás és az élelmiszer-fogyasztás szervezete találkozik egymással. Különös jelentősége van a közétkeztetésnek a munkahelyeken (üzemi étkezdék), az iskolákban, óvodákban stb., mivel a nők ezreit tehermentesíti az otthoni főzés alól (elősegítve ezáltal a nők munkavállalását), s nagymértékben hozzájárul a társadalom egészségügyi helyzetének javításához. A marxizmus klaszszikusai nagy jelentőséget tulajdonítottak a közétkeztetés megszervezésének: „Nyugodtan feltehetjük — mondta F. Engels egyik beszédében —, hogy közös főzés és közös felszolgálás esetén az ezzel a munkával most elfoglalt munkaerő kétharmada megtakarítható, és a fennmaradó egyharmad mégis

jobban és figyelmesebben fogja elvégezni munkáját, mint ahogy ez most történik."*

Az üzemi étkezdék számának gyors növekedése és a tanuló fiatalok különböző élelmezési formáinak fejlődése kétségtelenül a szocializmus komoly társadalmi vívmánya. Napjainkban fontos feladat a közétkeztetés minőségének — a további mennyiségi fejlesztés melletti — javítása.

A kereskedelem jellegét és formáit az uralkodó termelési mód határozza meg. „Meghatározott termelés... — írta Marx — meghatározott fogyasztást, elosztást, cserét határoz meg, s e *különböző mozzanatok egymáshoz való meghatározott viszonyát.*"** A szocialista kereskedelem fejlődése a termelési eszközök társadalmi tulajdonán és a szocialista termelésen alapul; tervszerűen fejlődik és — a gazdaság többi területéhez hasonlóan — a szocializmus gazdasági alaptörvényének van alárendelve.

A kereskedelemben — az iparhoz és a mezőgazdasághoz hasonlóan — alapvető jelentőségű a gazdasági egységek tevékenységének és az összgazdasági célnak az összehangolása. Ahhoz, hogy a kereskedelmi vállalatok feladataikat teljesíthessék, biztosítani kell számukra:

— az összgazdasági cél valóra váltásában a tényleges részvételükhöz szükséges információkat,

— az alapvető feladatok teljesítését lehetővé tevő feltételeket,

— a terv teljesítéséhez fűződő anyagi érdekeltséget.

A kereskedelem információigénye viszonylag széles körű. Az információk két alapvető csoportját emelhetjük ki. Az első csoport a termelés feltételeire (a termelésben végbemenő változások összefüggéseire), valamint a társadalmi preferenciákra vonatkozó információk. Ezek elsősorban a (tervező — *A szerk.*) központból származnak, és paraméterek (árak és árrések) vagy tervfeladatok formájában jutnak el a kereskedelemhez. Az információk második csoportja a kereslet volumenében és struk-

* *Marx—Engels* Művei. 2. köt. 513. old.

** *Marx—Engels* Művei. 13. köt. 165. old.

túrájában végbemenő, ill. várható változásokra vonatkozik. A kereskedelemnek saját magának kell megszereznie ezeket az információkat, ezért vizsgálja a piacot és a fogyasztók magatartását. „A piackutatás lényege elsősorban a piaci jelenségekben és folyamatokban megnyilvánuló összefüggések, okok és törvényszerűségek feltárása, a megismert tényleges helyzet időbeli és térbeli összehasonlítása, az ismert törvényszerűségekkel és tendenciákkal való szembesítése, általános következtetések levonása, valamint javaslatok kidolgozása a további gazdasági tevékenység fejlesztéséhez."*

A piackutatásban sok módszert alkalmaznak. Az egyik alapvető módszer a családi költségvetések (a háztartás-statisztika) adatainak elemzése. Ezeknek az adatoknak az alapján meg lehet állapítani, hogy a különböző termékekre vagy termékcsoportokra fordított kiadásokban milyen relatív változásoknak kell bekövetkezniük ahhoz, hogy egy alacsonyabb jövedelemcsoportból egy magasabba térjenek át. Az ilyen módszer alapján készített prognózisok természetesen közelítő jellegűek. Sohasem lehetünk biztosak abban, hogy ha pl. *A* 10%-kal többet keres, mint *B*, és így adott termékből 5%-kal többet vásárol, akkor *B*, ha eléri *A* jövedelemszintjét, szintén 5%-kal fogja növelni vásárlását az adott cikkből.

A második módszer meghatározott homogén népességcsoportot figyel meg, s azt vizsgálja, hogy ha adott időszakban e csoport tagjainak jövedelmei változnak, akkor hogy alakul a csoport kereslete a különböző termékfajták iránt. Ez a módszer viszonylag jól alkalmazható különböző paraszti csoportok vizsgálatához (a statisztikai adatokat a parasztgazdaságok könyvvitele szolgáltatja).

A harmadik módszer makroökonómiai jellegű módszerekre épül. Globális értékkel, mint pl. a nemzeti jövedelem nagyságával, adott javak iránti összkereslettel dolgozik.

Az említett módszerek szolgálnak alapul a kereslet jövedelemrugalmasságának kiszámításához. Ezzel párhuzamosan vizsgálják a kereslet árrugalmasságát. A piackutatásban fontos

* Mala encyklopedia ekonomiczna. Varsó 1962. 604. old.

szerepet tölt be a lakossági jövedelmek és kiadások, valamint a kereskedelmi forgalom szerkezetének regionális vizsgálata. A kereskedelmi vállalatok egyes csoportjai tudni kívánják, hogy az egyes szezonokban és rövid időszakokban miként alakul az általuk árusított cikkek kereslete. Ezért külön megfigyeléseket végeznek, és sok statisztikai adatot gyűjtenek be a lakossági vásárlásokról. A piackutatás külön területét jelenti a fogyasztók magatartásának, választási motívumainak, s azoknak a törvényszerűségeknek a vizsgálata, amelyek az ízlés, a fogyasztási hajlam és a divat alakulását szabályozzák. E vizsgálatokban igen nagy segítséget nyújtanak az olyan tudományágak, mint a szociológia és a pszichológia.

Nagyjából két alapvető csoportját különböztethetjük meg azon objektív feltételeknek, amelyektől függ, hogy a kereskedelem miként képes eleget tenni a fogyasztási terv teljesítésében reá váró feladatoknak.

Az első csoportba soroljuk a kereskedelem anyagi bázisának összes elemét. Az anyagi bázis fejlődése függ a kereskedelmi hálózatot bővítő beruházási ráfordításoktól és attól, hogy milyen mértékben fejlesztik az árukészletek felhalmozását és mozgatását biztosító hátteret, továbbá attól, hogy mekkora összegeket fordítanak a kereskedelmi dolgozók szakképzésére.

A kereskedelmi vállalatok működéséhez szükséges feltételek második csoportja a népgazdaság irányítási modelljétől függ. Ez a modell határozza meg a kereskedelem és az ipar közötti kapcsolatok természetét és formáit, s ezáltal a fogyasztók termelésre való ráhatásának lehetőségeit. Ha a fogyasztási cikkeket gyártó vállalatok a kereskedelmi szervezetek rendelésállománya (terv—szerződés) alapján állítják össze termelési tervüket, akkor a fogyasztók a kereskedelem közvetítésével rendszeres befolyást gyakorolhatnak a termelendő áruk választékára és minőségére.

A kereskedelmi dolgozóknak a fogyasztási terv teljesítésével kapcsolatos anyagi érdekeltsége attól függ, hogy milyen mutatók alapján értékelik a kereskedelmi vállalatok munkáját, s ezzel összefüggésben milyen anyagi ösztönzési rendszert alkalmaznak. A kereskedelmi forgalom nagyságától függő premizá-

lás hasonlóképpen működik, mint a teljes termelési terv teljesítésétől függő premizálás az ipari üzemekben. A kereskedelmi vállalatok ekkor elsősorban abban érdekeltek, hogy drága árúkat forgalmazzanak, gyakran olyanokat, amelyekre épp azért állapítottak meg magas árat, hogy korlátozzák fogyasztásukat (pl. a vodka). A kereskedelmi dolgozók egyéni céljai tehát ellentétbe kerülnek az össztársadalmi célokkal. Ez az ellentmondás akkor küszöbölhető ki, ha a kereskedelem munkájának szintetikus mutatójaként a nyereséget fogadják el, és olyan differenciált kereskedelmi árréseket állapítanak meg, amelyek a társadalmi fogyasztási modellre vonatkozó társadalmi preferenciákat fejezik ki.

Ahhoz, hogy részletesen megvizsgálhassuk a kereskedelmi vállalat működési mechanizmusát, és elemezni tudjuk taktikáját és stratégiáját, meg kell szerkesztenünk a vállalat megfelelő modelljét. Ez a modell messzemenően hasonlít az iparvállalat modelljére.

9. A FOGYASZTÓI ÍZLÉS BEFOLYÁSOLÁSA

A fogyasztási terv összeállításának kiindulópontja az adott, kialakult fogyasztási modell, másrészt a fogyasztási terv eszköz is a célul kitűzött fogyasztási modell megvalósításához. Ez azt jelenti, hogy tudatosan és tervszerűen kell alakítani a fogyasztói ízlést. E ráhatásnak alapvetően kétirányúnak kell lennie:

— *meg kell változtatni azokat az objektív feltételeket, amelyek között a fogyasztó választ,*

— *befolyásolni kell a fogyasztóknak a javakhoz, ill. a szükségletekhez való pszichikai hozzáállását.*

A fogyasztói választás objektív feltételei akkor változnak meg, ha megváltoznak a jövedelmek (és elosztásuk), a kínált termékek ára, választéka és minősége. A fogyasztási modell alakulásában különleges szerepet játszik az új termékek megjelenése, ami új, korábban ismeretlen szükségleteket ébreszt. E szükségletek rendszerint nagyon dinamikusan fejlődnek, kö-

vetkezésképp lelassul a többi termék és szolgáltatás keresletének növekedési üteme.

Tekintettel arra, hogy a javak egy részének kereslete rugalmasan, másik részének kereslete pedig viszonylag kevésbé rugalmasan alkalmazkodik a jövedelemváltozásokhoz, e két jószágcsoport piaca közötti viszonyt a következő képlettel fejezhetjük ki:

$$D_2(1-E_2)=D_1(E_1-1),$$

ebből:

$$E_2=1-\frac{D_1}{D_2}(E_1-1),$$

ahol:

D_1 — a rugalmas keresletű cikkekre fordított kiadások,

E_1 — e jószágcsoport együttes keresletének jövedelemrugalmassága,

D_2 — a viszonylag kis keresleti rugalmasságú cikkekre fordított kiadások,

E_2 — a második jószágcsoport keresletének jövedelemrugalmassága.*

Minél nagyobb a fogyasztók összkiadásain belül azon cikkekre fordított kiadások részaránya, amelyek keresletének jövedelemrugalmassága nagy $\left(\frac{D}{D_2}\right)$, minél nagyobb e kiadások rugalmassága (E_1), annál kisebb a kiadások többi csoportjának rugalmassága (E_2).

Ez gyakorlatilag annyit jelent, hogy ha pl. növekszik a tartós fogyasztási cikkek (televízió, hűtőszekrény, mosógép, gépkocsi stb.) termelése, és az árak olyan mértékben csökkennek, hogy e cikkek vásárlása újabb fogyasztási csoportok számára is lehetővé válik, akkor ez azt vonja maga után, hogy megnő e kiadáscsoport aránya az összes kiadásokon belül, és más javak keresletének jövedelemrugalmassága csökken (a többi között valószínűleg az élelmiszereké is).**

* Lásd *M. Pohorille:* Wstep do teorii regulowania cen rolnych w okresie przejściowym do socjalizmu. 142—146. old.

** Ezzel a kérdéssel a következő fejezetben bővebben foglalkozunk.

A fogyasztási struktúra megváltoztatásához le kell győzni a fogyasztóknál jelentkező „tehetetlenségi erőt". Ez az erő a különböző időszakok közötti kölcsönös összefüggést fejezi ki. Bizonyos fogyasztási szokások húzóereje azt jelenti, hogy a folyó fogyasztás bizonyos mértékig a múltbeli helyzettől függ (tehát attól, hogy a múltban mekkorák voltak a jövedelmek, s milyen volt az árstruktúra, ami az adott szokások kialakulásához vezetett stb.). E tehetetlenség legyőzéséhez tehát — megfelelő erejű ösztönzésen kívül — bizonyos idő is szükséges. Itt három tényező játszik szerepet:

1. a fogyasztási struktúra megváltoztatásának időnként technológiai korlátai vannak, vagyis e változáshoz az szükséges, hogy a fogyasztók előzetesen ellássák magukat meghatározott eszközökkel ill. felszereléssel;

2. az árak, a választék és a modellek változásainak következményei csak akkor érzékelhetők, amikor az összes potenciális vevő tudomást szerzett ezekről a változásokról;

3. a fogyasztási szükségletek korábbi kielégítési módja csak bizonyos idő elmúltával értékelődik át.*

Ügyes propagandaakció fokozhatja a bekapcsolt ösztönzők eredményességét és lerövidítheti a fogyasztási minták átértékelődési idejét. A propaganda elősegíti azt, hogy a fogyasztókban tudatosuljanak a választás objektív feltételeiben bekövetkezett változások, s hatást gyakorol a fogyasztói preferenciákra is. A reklám jól betölti ezt a funkciót.

A szocialista reklám alapvetően különbözik a tőkés reklámtól. A tőkés rendszerben a reklám *konkurrencia funkciója* kerül előtérbe. A reklám teljes eltorzulását eredményezi e rendszerben az a tény, hogy a reklám *informatív funkcióját* (ami eleve a reklám másik alapvető funkciója) teljesen a piacért folytatott harcnak rendelik alá. A tőkés reklám ahelyett, hogy informálná, valójában dezinformálja a vevőket.

A szocializmusban alapvetően megváltozik a reklám említett

* Lásd G. J. *Stigler:* Teoria cen. PTE Poznań 1959. 120. old. és J. M. *Clark:* Economics and Modern Psychology. The Journal of Political Economy, 1918. XXVI. köt. 1—30., 136—160. old.

funkcióinak viszonya. A reklám elsőrendű feladata az, hogy — a valósághoz híven — tájékoztassa a fogyasztókat az árusított cikkek tulajdonságairól. A reklám, amikor informál, egyúttal sugallja is azt, hogy a vevő válassza a kérdéses szükségletet kielégítő árut. Ilyen értelemben véve a reklám bizonyos fokig konkurrencia funkciókat is betölt. Amikor pl. több hal fogyasztását propagálja, a húsfogyasztás ellen fordít. A műszálas anyagok előnyeinek hangoztatásakor a fogyasztókat lebeszéli a gyapjúanyagok vásárlásáról. A reklám azonban nem a tőkés értelemben vett konkurrenciaharc eszköze. Az ilyen konkurrencia ellentétben állna a dolgok logikájával, amit a termelési eszközök társadalmi tulajdona és a szocialista termelés célja határoz meg. Vagyis értelmetlen volna a fogyasztókat egymással teljesen ellentétes irányban befolyásolni (pl. a gyapjúfogyasztásnak a szintetikus anyagok javára történő csökkentése és fordítva). Ha a különböző áruk reklámozását az egységes társadalmi fogyasztási programnak rendeljük alá, akkor ez fokozza a reklám eredményességét, és csökkenti az áruelosztás *faux-frais-jét* (improduktív költségeit).*

A szocializmusban a reklámnak számos más — a kapitalista reklámtól megkülönböztető — sajátossággal is rendelkeznie kell. Itt csak néhány olyan probléma vagy inkább követelmény felvázolására szorítkozunk, amelyek — véleményünk szerint — igen jelentősek a fogyasztási modell kialakítása szempontjából.

1. A reklámnak le kell mondania arról, hogy az „utánzási kényszer" kialakításával próbálkozzék. Az kétségtelen, hogy az ún. demonstrációs hatás minden körülmények között — mind a tőkés-, mind a szocialista országokban, mind a fejlett, mind a fejlődő országokban — érvényesül. Ezt a hatást azonban, ha tudatosan használják fel, és még inkább erősítik egy

* A tőkés rendszerben az óriási és állandóan növekvő reklámkiadásokat a többi között az váltja ki, hogy a konkurrens reklámhatását csak egyre nagyobb erőfeszítések árán lehet semlegesíteni. Ha pl. egy új cigarettafajtát akarnak elterjeszteni, akkor nemcsak a már megrögzött szokásokkal kell számolni, hanem más cigaretták nagymérvű reklámjával is. Ez a reklámozás megfelelő fokozását teszi szükségessé.

olyan — mindenütt ható és jelen levő — reklám segítségével, amely a fogyasztók gyengéinek és komplexusainak a kihasználására törekedve igyekszik bizonyos fogyasztási mintákat rájuk kényszeríteni, akkor a civilizációra nézve veszélyes jelenség — a fejlett tőkésországokban megfigyelhető „árufétis" — lép fel. Ezeket a tárgyakat az emberek tényleges szükségleteiktől és a tárgyak használati értékétől függetlenül kezdik igényelni.

2. A reklámnak nem szabad osztentatív, vagyis az egyén társadalmi helyzetét kidomborító fogyasztást propagálnia. A szocialista együttélés alapelveivel éles ellentétben áll az, hogy a dolgok birtoklásának az egyén pozícióját, társadalmi státusát meghatározó tényezőnek tekintsük. Az emberi szükségletek kielégítését szolgáló dolgoknak nem szabad az emberek fölött uralkodó erővé átalakulniuk. A tőkés rendszerben tapasztalható elidegenedés jelenségének megszüntetése céljából tehát egyebek közt az is szükséges, hogy megváltoztassák a fogyasztási modellt alakító folyamatot és a fogyasztók befolyásolásának sikeres formáit.

3. A szocialista reklám egyik jellegzetességének abban kell megnyilvánulnia, hogy e reklámban a „stratégiai célok" túlsúlyban vannak a „taktikai célokkal" szemben. Ez azt jelenti, hogy a reklám feladata nemcsak az adott cikkek folyamatos értékesítésének a biztosítása, hanem az is, hogy formálja a célszerű fogyasztási modellt. Azért hangsúlyozzuk az utóbbi feladat fontosságát az előzőhöz képest, mert az sokkal nehezebb, és a fogyasztói preferenciák alakulásának, ill. sikeres formálásuk módszereinek sokkal mélyrehatóbb vizsgálatát igényli.

4. A szocialista reklám csak olyan eszközöket alkalmazhat a vásárlók pszichológiai befolyásolására, amelyeknek nincsenek társadalmilag káros következményei. Mint ahogy az I. fejezetben már említettük, a reklám — a rendelkezésére álló, nagy hatású tömegkommunikációs eszközök révén — az egész modern civilizációra rányomja bélyegét. Az e kérdéssel foglalkozó számos tanulmány a tőkés reklám határozottan káros voltát mutatja ki. A fogyasztó manipulálásának nincs olyan eszköze, amelyet e reklám fel ne használna céljának elérése érdekében. Gyakran használja fel az erotikát, a félelmet és az erkölcsi

pressziót, továbbá kihasználja a fogyasztók sznobizmusát és kitűnni vágyását. Magától értetődő, hogy a szocialista társadalomban elfogadhatatlanok a vevők befolyásolásának ezek a rafinált technikái.

5. A reklám fontos szerepet tölthet be (és be is kell töltenie) a fogyasztó esztétikai nevelésében. Az esztétikus kirakatok, a művészi színvonalú plakátok, neonok stb. hozzátartoznak a városok szépítéséhez. A tanácsadás bizonyos áruk vásárlásánál (pl. a belső dekorációra vonatkozó tanácsok) a fogyasztók szépérzékének fejlődését segíthetik elő.

A reklám ebben a felfogásban nemcsak informáló, hanem egyben fontos nevelő funkciót is betölt. Ahhoz, hogy e feladatnak megfelelően eleget tegyünk, össztársadalmi reklámpolitikát kell folytatnunk. Az e politikával szemben támasztható követelmények túllépik e könyv tárgyát. E kérdésben az állásfoglalásra sokkal inkább a kereskedelem-gazdaságtan, a szociológia és a szociálpszichológia illetékes. A közgazdaságtan feladata az, hogy hangsúlyozza e kérdések jelentőségét, összefüggésüket a fogyasztási modell alakulásával és megvalósításával.

A FOGYASZTÁSI MODELL ALAKULÁSÁNAK AKTUÁLIS PROBLÉMÁI

A helyes fogyasztási modell kialakítása számos olyan döntést tesz szükségessé, amely meghatározza a termelés és a fogyasztás kívánatos fejlesztési irányát.

A döntés nem csupán a múltbeli kapcsolatok (szükségletek és lehetőségek) kiértékelésének eredménye, hanem ahhoz — az aktuális tendenciák és trendek elemzése révén — a valóságról szerzett ismeretanyag gazdagítása is szükséges. A döntési folyamatra ható tényezők közül a következőket emelhetjük ki: *a)* a megoldásra váró problémák megfogalmazása; *b)* az alapvető kérdések elemzése; *c)* különféle megoldási variánsok vizsgálata; *d)* az adott körülmények között optimális megoldási variáns kiválasztása; *e)* a kitűzött célok megvalósítására szolgáló leghatékonyabb eszközök meghatározása.

E fejezetben áttekintjük azokat a problémákat, amelyek Lengyelország és a többi szocialista ország jelenlegi gazdasági fejlettségi szintjén tapasztalható alapvető fogyasztási cikkcsoportok és szolgáltatások fogyasztásával kapcsolatosak.

1. AZ ÉLELMISZEREKRE FORDÍTOTT KIADÁSOK HÁNYADA A CSALÁDI KÖLTSÉGVETÉSEKBEN

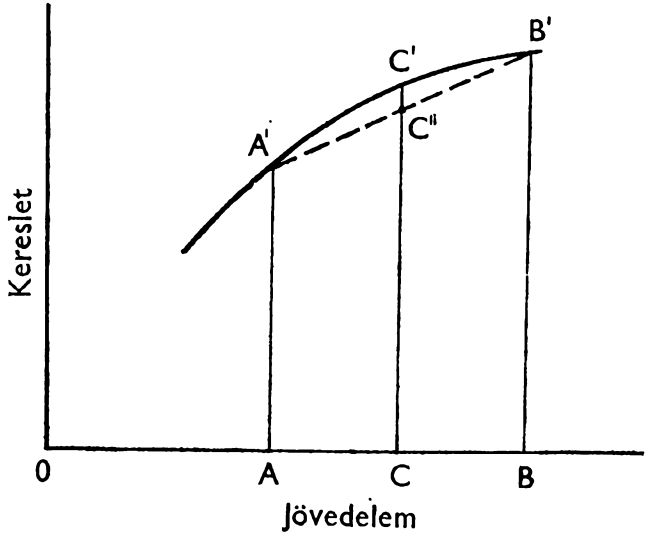
A szocialista országokban az élelmiszer-kereslet növekedési üteme jelenleg elég magas (általában magasabb, mint az 1 főre jutó nemzeti jövedelem tekintetében velük azonos tőkésországokban). Ilyen körülmények között a mezőgazdasági termelés alakulása jelentős mértékben meghatározza a bérpolitikát. Az iparcikkek és szolgáltatások *összkeresletének növekedése,* valamint az átgondolt élelmezéspolitika rendkívül lényeges az életszínvonal emelésének gyorsítása és a piaci egyensúly fenntartása szempontjából.

A többéves mezőgazdasági termelési terv összeállításának egyik legfontosabb fázisát az egyes mezőgazdasági eredetű cikkek iránt az adott időszakban várhatóan megnyilvánuló keresleti tendenciák (feltételezve a lakossági jövedelmek bizonyos növekedését és a lakosság természetes szaporodását); az ésszerű táplálkozási normák; valamint a mezőgazdasági termelés lehetőségeit meghatározó természeti, műszaki, gazdasági és demográfiai tényezők egymással való összeegyeztetése jelenti. A tényezők e három csoportjának egymással való összevetése szolgál kiindulópontul ahhoz a további elemzéshez, melynek célja: *a)* a mezőgazdasági termelés szükséges változása; *b)* a külkereskedelem kívánatos átállítása; c) a fogyasztói keresletet befolyásoló irányzatok és eszközök meghatározása.

Az élelmiszer-szükséglet gyors növekedését kiváltó fő tényező Lengyelországban a gyors iparosítás volt, de emellett a jövedelemelosztásban végbemenő változások is fontos szerepet játszottak. Statisztikai vizsgálatokkal kimutatható, hogy az ún. Engel-törvény a szocialista rendszerben is működik. E törvény szerint az élelmiszer-kereslet a lakossági jövedelmek lassabban növekvő függvénye (vagyis a jövedelmek növekedésével együtt növekednek az élelmiszerekre fordított kiadások, részarányuk azonban a fogyasztók összkiadásain belül csökken). Mindebből világos, hogy a lakossági jövedelmek közötti különbségek csök-

4. ábra

AZ ÉLELMSZEREK KERESLETI GÖRBÉJE
A JÖVEDELMEK FÜGGVÉNYÉBEN



kenése hatást gyakorol az élelmiszerek iránti kereslet növekedésére. E tétel a 4. ábra segítségével könnyen érthető.

Az *A' C' B'* görbe az élelmiszerek keresletét a jövedelem függvényében mutatja be. Képzeljük el, hogy *X* országban a társadalom egyik fele *OA*, a másik fele pedig *OB* nagyságú jövedelemmel rendelkezik. E két csoport élelmiszer-kereslete *AA'*, ill. *BB'* szintjén fog kialakulni.

Az átlagos kereslet: $CC'' = \frac{AA' + BB'}{2}$

Tételezzük fel, hogy *Y* ország lakossága *X* ország lakosságának átlagos jövedelmével (vagyis *OC* jövedelemmel) rendelkezik. Az élelmiszerek iránti átlagos kereslet ebben az esetben *CC'* lenne. Mint ahogy az ábrából is kitűnik, $CC' > CC''$.

Teljesen természetes jelenség tehát az, hogy a szocialista országok lakosságának átlagos élelmiszer-fogyasztási színvonala

magasabb, mint a gazdaságilag hasonló szinten álló tőkésországoké.*

Az előbbiekből még *egyáltalán nem következik, hogy az élelmiszer-kereslet jövedelemrugalmasságának is nagyobbnak kell lennie Y országban, mint X országban.* E tételünket számszerű példán keresztül magyarázzuk meg.

E célból C. Clark adatait használjuk fel, amelyek az élelmiszerekre fordított átlagos kiadások és a lakosság jövedelemszintje közötti összefüggést mutatják be (3. táblázat).

3. táblázat

Az élelmiszerekre fordított kiadások részaránya különböző jövedelemcsoportoknál

Egy főre jutó reáljövedelem dollárban, 1925 és 1934 között	Élelmiszerekre fordított kiadások aránya százalékban
100	60
200	56
300	52
400	49
500	46
600	43
800	38
1000	34
1200	30

Forrás: C. *Clark:* The Conditions of Economic Progress. II. kiadás. London 1951. 23. old.

Fogadjuk el azt a leegyszerűsített feltevést, hogy *X* ország lakosságának egyik fele (*A* csoport) 200 dollár, a másik fele pedig (*B* csoport) 800 dollár jövedelemmel rendelkezik. Az első csoport élelmiszer-kereslete 112 dollar, a másiké 208 dollár.

* Az Egyesült Államokban végzett becslések azt mutatják, hogy pl. a jövedelmek 1936 és 1939 közötti nivellálódása az élelmiszerekre fordított kiadások kb. 8%-os emelkedését idézte elő. (Lásd Structure of American Economy. Washington 1939. 12. old.)

Ha az összlakosság 1 főre jutó bevétele 500 dollár lenne, az átlagos élelmiszer-kereslet 230 dollárt tenne ki, tehát magasabb volna, mint az előző esetben.

Tételezzük fel továbbá, hogy a következő időszakban a jövedelmek a lakosság valamennyi csoportjánál 10%-kal emelkednek. Az első variáns szerint (vagyis differenciált jövedelmek esetén) a helyzet a 4. táblázat szerint alakulna:

4. táblázat

Az élelmiszerekre fordított kiadások differenciált jövedelmek esetén

Népességcsoport	1 főre jutó jövedelem dollárban	Élelmiszerekre fordított kiadás %-ban	Éelemiszerekre fordított kiadások dollárban
A	220	55,2	131,4
B	880	36,4	320,3

Megjegyzés: Az élelmiszerekre fordított kiadások százalékos arányát tartalmazó oszlop adatait a 3. táblázat adatainak interpolálásával nyertük.

Mint látható, egy személy élelmiszerekre fordított átlagos kiadása $\frac{451,7}{2} = 225,8$ dollár lenne. A keresletnövekedés tehát az előző időszakhoz viszonyítva 6%.

Ha elfogadjuk azt a hipotézist, hogy az egy főre jutó jövedelmek egyenlőek (550 dollár), akkor az átlagos kereslet 244,7 dollár (vagyis az 550 dollár 44,5%-a) volna. Az élelmiszer-kereslet átlagos színvonala továbbra is magasabb lenne, mint abban a variánsban, amely a jövedelmek differenciáltságát tételezte fel, de a növekedési ráta közeledne e variánséhoz $\frac{244,7}{230} \cdot 100 = 106,4$). E problémára különösen azért fordítottunk nagy figyelmet, mert ez a társadalmi rendszer specifikumával kapcsolatos. Kétségtelen, hogy a társadalmi rendszer változása és a jövedelmek ezzel együtt járó jelentős nivellálódása hozzájárult az élelmiszerek iránti kereslet növekedéséhez a szocialista or-

országokban. A társadalmi rendszer mint tényező azonban nem határozza meg az élelmiszer-kereslet további növekedési ütemét. A kereslet dinamikájára jelenleg a következő tényezők gyakorolnak döntő befolyást: a természetes szaporodás, a foglalkoztatottság és a bérek növekedése, a faluból a városba irányuló migrációs folyamatok, valamint a lakosság elért átlagos élelmiszer-fogyasztási szintje.* A jelenlegi fejlődési szakaszban mindehhez még egy igen fontos tényező járul: az iparcikkek és a szolgáltatások gyenge konkurráló ereje.**

Az első három tényező alakulása a gazdasági növekedés általános feltételeitől függ. Elemzésük e könyv témakörén kívül áll. Foglalkozzunk tehát kizárólag azokkal — a lakosság jelenlegi táplálkozási helyzetét jellemző — tendenciákkal, amelyek az élelmiszer-kereslet változásában nyilvánulnak meg. Továbbá vizsgáljuk meg azokat a lehetőségeket, amelyekkel befolyásolható — a lakosság fogyasztási összkiadásain belül — az élelmiszerekre fordított kiadások részaránya.

Abból kiindulva, hogy egy átlagos férfi élettanilag milyen szükségleteket támaszt az alapvető táplálék-komponensekkel szemben és hogy az egyes termékek milyen mértékben tartalmazzák e komponenseket, továbbá, hogy mennyibe kerülnek a termékek, a lengyel fiziológusok négy különböző szintű fogyasztási normát dolgoztak ki, termékekben kifejezve. E szintek — melyeket *A*, *B*, *C* és *D* szimbólummal jelölünk — kalóriaértékük szerint hasonlóak, az alapvető tápanyag-komponensek (főként állati eredetű fehérjék, ásványi sók, vitaminok) megléte szempontjából azonban eltérnek egymástól. Az *A* szint (a legegyszerűbb és legolcsóbb) alig elégségesnek, a *B* elégségesnek, a *C* teljes értékűnek, a *D* pedig a legjobbnak tekinthe-

* Az élelmiszer-kereslet jövedelemrugalmassága az extenzív fejlesztés esetén kétségtelenül nagyobb, mint az intenzív fejlesztés mellett. (Lásd *W. Herer:* Rolnictwo w procesach reprodukcji spolecznej. Materiłay do studiowania ekonomii politycznej. Varsó 1964.)

** Lásd *M. Pohorille:* Wstęp do teorii regulowania cen rolnych w okresie przejściowym do socjalizmu. VII. fejezet és *J. Pajestka:* Problemy polityki strukturalnej konsumpcji na obecnym etapie rozwoju. Nowe Drogi, 1969. 10. sz.

tő. A *D* szint egyúttal a legdrágább, és ez biztosítja a leggazdagabb ízválasztékot.*

A fiziológusok — azáltal, hogy a fogyasztási normákat termékekben kifejezve dolgozták ki — arra törekedtek, hogy e normák elősegítsék az étkezések változatosabbá tételét és egyúttal biztosítsák a tápanyagok egyensúlyát. Az ésszerű táplálkozással kapcsolatos ismeretanyagunk állandóan fejlődik, így tehát a fiziológiai normákat is időről időre aktualizálni kell. Változnak az árak, és ennek következtében az egyes termékek *bioökonómiai értékmutatói* is. E mutatókat úgy kapjuk meg, ha adott termék árát összehasonlítjuk energiaértékével és alapvető tápanyagtartalmával (mindenekelőtt fehérjetartalmával).

Lineáris programozási módszerek segítségével könnyen meghatározhatjuk a legolcsóbb, de a szükséges kalóriamennyiséget stb. biztosító étrendet. Ilyen számításokat azonban csak korlátozottan alkalmazhatunk az élelmezéspolitika meghatározásában. Nagy jelentősége van viszont az egyes termékek ízértékének, a fogyasztói szokásoknak, valamint az egész fogyasztói preferenciarendszernek (vagyis annak, hogy mire fordítják az emberek szívesebben jövedelemnövekményüket).

Különbséget kell tenni a táplálkozás problémájának a fiziológusok, ill. a közgazdászok által adott értelmezése között. A fiziológusok célja a táplálkozási optimum meghatározása, a közgazdászok pedig azt vizsgálják, hogy a társadalmi-gazdasági tényezők hogyan befolyásolják az élelmiszer-kereslet alakulását. A fiziológusok munkái tehát normatív jellegűek, míg a közgazdászok tanulmányai a tényleges állapotra vonatkoznak. Ez nem jelenti azt, hogy a közgazdászok — az általuk feltárt tendenciák és fiziológiai feltételek alapján — nem fogalmaznak meg bizonyos következtetéseket és ajánlásokat az aktuális élel-

* E normákat elsőként az A. Szczygieł professzor vezetésével dolgozó munkacsoport dolgozta ki. (Lásd *A. Szczygieł, J. Siczkówna, L. Nowicka:* Ocena postulowanych znian w spożyciu ludosci w perspektiwie w świetle wiedzy o racjonalnym żywieniu i norm żywieinowych. Zeszyty Ekonomiki Rolnictwa i Planowania, 1958. 16. sz. 86. old., valamint *A. Szczygieł:* Podstawy fizjologii żywienia Varsó 1956.)

mezéspolitika számára. Ezek az ajánlások felhívják a figyelmet arra, hogy akár élelmezéshigiéniai, akár gazdasági, társadalmi vagy politikai szempontokból következően bizonyos változtatásokra van szükség a fogyasztási struktúrában.

A lakosság élelmezés-statisztikai adatainak elemzése — különböző országokban és időszakokban — azt mutatja, hogy a jólét emelkedésével együtt mennyiségi és minőségi fejlődés megy végbe a táplálkozás terén.* A mennyiségi növekedés mindenekelőtt a napi élelmiszeradag kalóriaértékének növekedését jelenti. E fejlődési lehetőségek — természetesen — igen korlátozottak. Minőségi fejlődésnek a közgazdászok a fogyasztási szint emelkedését kísérő strukturális változások összességét nevezik, függetlenül attól, hogy e változások táplálkozás-higiéniai szempontból kívánatosak-e vagy sem.

A lengyel élelmiszer-fogyasztás elemzése (más országok fogyasztási adatainak hátterében és az e téren mutatkozó bizonyos törvényszerűségek figyelembevételével az alábbi következtetések levonását teszi lehetővé.

A) A hatéves terv alatt a táplálkozás terén jelentős mennyiségi növekedés következett be, ami a napi táplálékadag kalóriaértékének 2700 kcal-ról 3150 kcal-ra való emelkedésében jutott kifejezésre; a következő időszakban a kalóriaérték 3300 kcal-ra nőtt.

B) E fejlődést általában a táplálkozás minőségi javulása (a fogyasztási struktúra változása) kísérte; a mennyiségi növekedés azonban szembetűnően megelőzte a minőségi fejlődést.**

* A FAO 1946. évi ankétja gazdag statisztikai anyagot tartalmaz 70 ország (az emberiség 90%-a) lakosságának táplálkozásáról. (Lásd Enquête Mondiale sur l'Alimentation. Washington 1946.)

** M. Cépéde és M. Lengelle francia közgazdászok azzal a céllal dolgoztak ki egy módszert, hogy az „átlagos fogyasztás" kiszámításával ragadják meg a táplálkozási szokások fejlődési tendenciáit. „Például a zsiradékok esetén [...] pszichológiai és gazdasági megszokást tapasztalhatunk, aminek következtében a termékek fogyasztása (évi) 4 kg-ról 23 kg-ra emelkedik, amint a naponta elfogyasztott táplálék összes kalóriaértéke 1800-ról fokozatosan 3200—3250 kcal-ra emelkedik. E növekedés meghatározott alakú görbe szerint megy végbe [...] E görbék fejezik ki az átlagok azon törvényszerűségeit, amelyek szerint a fogyasztás minő-

C) A nemzetközi összehasonlítások azt mutatják, hogy Lengyelország lakossága nemcsak többet, hanem „jobban" is eszik, mint a gazdasági fejlettség vele csaknem azonos fokán álló országok többségének a lakossága. Ez nem jelenti azt, hogy a lengyel társadalom táplálkozásmódja teljesen racionális és hibátlan. Komoly hiányosságok vannak mindenekelőtt a gyümölcsök, a zöldségfélék és tejtermékek fogyasztásában.

D) a jelenleg elért táplálkozási standard mellett nem a mennyiségi, hanem a minőségi változásnak van döntő szerepe. Ez Lengyelország átlagos táplálkozási szintjére vonatkozik. Helytelen volna ebből olyan következtetést levonni, hogy egyes elmaradottabb vidékek lakosságának és a népesség egyes csoportjainak (itt a legalacsonyabb keresetű munkásokra és bizonyos parasztrétegekre gondolunk) fogyasztásában a mennyiségi növekedésnek már nincs jelentősége; e kérdéseket nagyon is behatóan kell vizsgálni, és megfelelő társadalompolitikai intézkedésekkel meg kell oldani.

E) A táplálkozás minőségi fejlődésében döntő jelentőségű az, hogy növekszik a „drága" termékek iránti kereslet, az „olcsó" termékek (liszt, kenyér, burgonya) iránti igény pedig csökken. Annak ellenére, hogy a húsfogyasztás a háború előtti időszakhoz viszonyítva jelentősen emelkedett, a kereslet által a húspiacra gyakorolt nyomás továbbra is nagy. Az átlagos fogyasztási görbék azt mutatják, hogy 3200—3300 kcal értékű táplálkozási szinten az állati fehérjék részaránya jelentősen növekszik a fogyasztáson belül. Más kérdés az, hogy a tervező szerv milyen mértékben köteles (a racionális táplálkozás követelményeinek szempontjából) és milyen mértékben képes (a terme-

ségi javulása annak mennyiségi javulásával együttjár; a helyettesítés törvényszerűségei ezzel szemben az »egyéni fantázia vagy a természet által diktált gazdasági és társadalmi szükségszerűség átlaghoz viszonyított szélső értékét fejezi ki«. *(M. Cépéde, M. Lengelle:* L'économie de l'alimentation. Párizs 1954. 79., 89. old.) — A Cépéde és Lengelle által alkalmazott átlagok megkönnyítik az adott ország táplálkozási rendszerének elemzését és a fogyasztási struktúra általános változási tendenciáinak előrelátását (akkor, amikor a tendenciák bizonyos szintig már kibontakoztak).

lési lehetőségek szempontjából) engedni e tendenciáknak. Ha reálisan akar tervezni, akkor tudatában kell lennie annak, hogy itt nem a társadalom holmi elferdült ízlésével, hanem az élelmiszer-fogyasztás fejlődésének bizonyos objektív törvényszerűségeivel áll szemben. E megállapításból három következtetést vonhatunk le:

1. a húspiac tartós egyensúlyának biztosítása igen bonyolult és nehéz probléma;

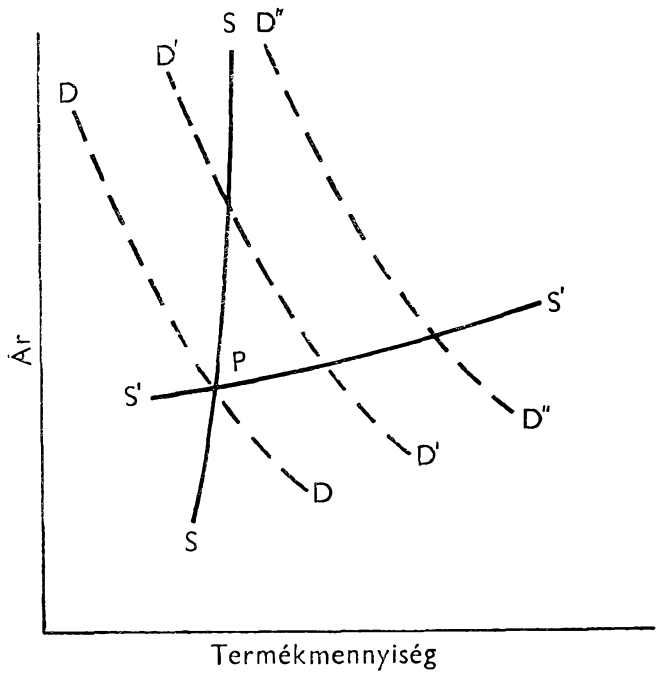
2. a fogyasztási modell megváltoztatására irányuló törekvés csupán mérsékelheti a húskereslet növekedési ütemét;

3. a keresleti görbe eltolódására gyakorolható befolyás lehetőségei korlátozottak.

Nem kielégítő ütemű kínálatnövelés esetén tehát a piaci

5. ábra

A KERESLETI GÖRBE HIPOTETIKUS ELTOLÓDÁSA



egyensúlyt szükségszerűen árváltoztatásokkal kell helyreállítani.

A közgazdasági elméletben, ha adott kereslet nagyságáról az eladandó cikk árának megjelölése nélkül esik szó, akkor az áru keresletét ábrázoló *teljes görbét* mint árának függvényét veszik figyelembe (feltételezve, hogy a keresletet meghatározó összes egyéb tényező adott). Árváltozás hatására a kereslet szűkül vagy bővül. Ha azonban a jövedelmek nőnek vagy a fogyasztói preferenciák változnak, akkor a keresleti görbe eltolódik jobbra vagy balra, amit a kereslet növekedésének, ill. csökkenésének foghatunk fel.

Az 5. ábra szemlélteti a problémát. A *DD* és *SS* görbék a kiinduló helyzetben ábrázolják a keresletet és a kínálatot. Ekkor a piaci egyensúlyi ár a *P* pontban van.

Hosszabb időszakban a kínálat rugalmassága jóval nagyobb, mint rövid időszakban, ezért az *S'S'* görbe (amely a kínálatot bizonyos termelőberuházások után ábrázolja) nem olyan meredek, mint az *SS* görbe. A *D'D'* és a *D"D"* görbék az adott időszakban megnyilvánuló keresletet ábrázoló két variáns. Az első szerint az adott árukcikk kereslete kisebb, a második szerint nagyobb.

Az első esetben az egyensúlyi ár színvonala alig változik, a másodikban pedig emelkedik. A kérdés tehát az, hogy a fogyasztókra gyakorolt különféle befolyásoló, nevelő eszközökkel (szuggesztív módon rájuk kényszerítve a fogyasztási struktúra megfelelő megváltoztatását) összhangot lehet-e teremteni hosszabb időszakban a kereslet és a kínálat üteme között. A hús iránti kereslet esetében tudnunk kell azt, hogy a *DD* görbe jobbra tolódási ütemének lassulásával kapcsolatban nehézségek jelentkeznek. Az ilyen irányú befolyásolás azonban lehetséges, sőt szükségszerű.

A lengyel közgazdasági irodalomban (különösen a gazdasági sajtóban) sok figyelmet fordítanak az élelmiszerpiacon mutatkozó gyakori feszültségek okainak vizsgálatára. Az egyik fő oknak a hibás árstruktúrát tekintik.* Valamennyi — mind tő-

* A nyugati országokban — azt mondják — egy olcsó ebéd annyiba kerül, mint két pár nylonharisnya, nálunk pedig ez az arány épp fordított. Nincs tehát semmi különös abban — vonják le a végső következtetést —, hogy a háziasszonyt gazdaságilag semmi sem ösztönzi az élelmiszerekkel való takarékosságra.

kés-, mind szocialista — országban az iparosodás mértékében megnyilvánul egy olyan tendencia, hogy az élelmiszerek és az iparcikkek árarányai az előbbiek javára változzanak meg (vagyis az élelmiszerek relatíve megdrágulnak, az iparcikkek pedig relatíve olcsóbbak lesznek). Felmerül ezzel kapcsolatban a kérdés: mi jelenti az élelmiszerek vonatkozásában a legnagyobb konkurrenciát a fejlett tőkésországokban?

E probléma elemzése szempontjából érdekes eredményt kapunk, ha egyrészt családi költségvetési adatok (háztartás-statisztikák), másrészt pedig idősorok alapján összehasonlítjuk az élelmiszerekre és ruházatra fordított kiadások jövedelemrugalmassági együtthatóit.*

A számítás eredményeit az 5. táblázat tartalmazza.

Az élelmiszer-kereslet jövedelemrugalmassági együtthatói — idősorok alapján számítva — kivétel nélkül minden esetben (a fejlett tőkésországokban) nagyobbak, mint a családi költségvetések alapján számított megfelelő együtthatók. Ezen együtthatók még nagyobbak, ha az élelmiszer-kiadások és az összes fogyasztási jellegű kiadások kapcsolatát folyó, nem pedig változatlan árakon vizsgáljuk. A ruházati kiadások jövedelemrugalmasságának vizsgálatakor fordított képet kapunk.

A ruházati cikkekre fordított kiadások viszonylag magas rugalmassági együtthatói — az alsóbb jövedelemcsoportoktól a magasabbak felé haladva — bizonyos mértékig a kiadások kérkedő, tüntető jellegével magyarázhatók. Ez a körülmény azonban veszít jelentőségéből, ha az egész társadalmat fejlődésében vizsgáljuk. A nemzeti jövedelem növekedésének mértékében a társadalom nem fordítja munkájának mind nagyobb részét a ruházkodási szükségletek kielégítésére, mivel új, kielégítésüket követelő szükségletek jelennek meg. Másrészt az az elég jelentős különbség, amely a ruházati kiadások rugalmassági együtthatói között attól függően mutatkozik meg, hogy azokat változatlan vagy folyó árakon számítottuk ki, a ruházati cikkek

* A jövedelemrugalmasságnak a családi költségvetési adatok (háztartás-statisztika) alapján történő kiszámítási módszere statikus, mivel a kereslet és jövedelem kapcsolatát meghatározott időszakon (általában egy éven) belül vizsgálja.

5. táblázat

Az élelmiszerekre fordított kiadások jövedelemrugalmassága néhány tőkésországban

Ország	Vizsgált időszak	Az élelmiszerekre fordított kiadások jövedelemrugalmassági együtthatója[1]	Vizsgált időszak	Az élelmiszerekre fordított kiadások jövedelemrugalmassági együtthatója[2]
Ausztria	1954—1955	0,55	1950—1957	0,85
Belgium	1948—1949	0,65	1950—1957	0,88
Dánia	1956—1967	0,37	1950—1957	0,60
Franciaország	1951	0,60—0,62	1950—1957	0,69
Hollandia	1951	0,46	1950—1957	0,70
Norvégia	1954	0,66	1950—1957	0,99
Egyesült Államok	1955	0,44	1929—1941	0,44—0,52
Nagy-Britannia	·	·	1950—1957	0,76
Olaszország	1953	0,55—0,72	1950—1957	0,77
Svédország	1952	0,62	1931—1955	0,70

Forrás: L. M. Goreux: Income Elasticity of the Demand for Food. Economic Commission for Europe, Commitee of Agricultural Problems in Cooperation with FAO. 1959. június.

1 Családi költségvetési adatok alapján számítva.

2 Idősorok alapján számítva.

gyors árcsökkenését bizonyítja. Annak ellenére, hogy a ruházati cikkek fogyasztása a jövedelmek emelkedésénél relatíve gyorsabban nő, a ruházkodásra fordított kiadások aránya — folyó áron számítva — az összes fogyasztási kiadáson belül csökken. (Lásd a 6. táblázatot.)

E kiadások folyó áron számított rugalmassági együtthatója épp ezért viszonylag magas, a ruházati kiadások pedig relatíve csökkennek.*

* Az Engel-törvény főként azt a tételt foglalja magában, amely szerint a lakosság jövedelmeinek emelkedése mértékében az élelmiszerek fordított kiadások csökkennek. Engel általánosításai azonban a lakosság egyéb fogyasztási jellegű kiadásaira is vonatkoznak. Engel azt is állítja, hogy a jövedelemnövekedés nem von maga után változásokat a ruhára, a cipőre, a lakásra, a fűtésre és a világításra fordított kiadások arányá-

Az élelmiszerek keresletére vonatkozó statisztikai adatok azt bizonyítják, hogy: *a)* az élelmiszer-kiadások (változatlan áron számítva) valamennyi vizsgált országban lassúbb ütemben növekednek, mint az összes fogyasztási kiadások (az Engel-törvény tehát bizonyított); *b)* a történelmi fejlődés során egyéb olyan tényezők jelennek meg, amelyek hatást gyakorolnak az élelmiszerekre fordított kiadásokra.

H. S. Hauthakker arra mutat rá, hogy a fogyasztók jövedelmének emelkedése mértékében az élelmiszer-kiadások két ok miatt növekednek: 1. A fogyasztók több élelmiszert vásárolnak; 2. jobb minőségű, tehát drágább élelmiszereket vesznek. Az Engel-törvényt tehát — Hauthakker véleménye szerint — két külön törvényre kell bontani: az első a jövedelem és a fogyasztási javak mennyisége, a második pedig a jövedelem és az élelmiszerek átlagára közötti kapcsolatot határozná meg.*

A vásárolandó élelmiszerek átlagára következésképp a fogyasztásban végbemenő, következő kétféle változás hatására emelkedik: növekszik a jobb minőségű cikkek (drágább péksütemények, finomabb lisztfélék) fogyasztása, valamint a fogyasztáson belül növekszik az olyan cikkek (pl. a hús) aránya, amelyek ára relatíve emelkedik.

Az eddigiek alapján megfogalmazhatjuk azt a következtetést, hogy *amíg a ruházati cikkek fogyasztásának növekedése a viszonylag olcsóbbá váló cikkekre irányuló szükségletek növekedését jelenti, addig az élelmiszer-fogyasztás növekedése párhuzamosan halad a fogyasztási struktúrának az egyre drágábbá váló élelmiszerek javára történő változásával.* Végeredményben számos fejlett tőkésországban az élelmiszerekre és a ruhá-

ban, de emeli az egyéb (szórakozási, művelődési stb.) kiadások arányát. Meg kell jegyezni, hogy a tőkésországok fogyasztásstatisztikai adatai nem erősítik meg az Engel-törvénynek azt a részét, amely a ruházatra és a cipőre vonatkozik. Franciaország a fogyasztási prognózisában pl. a következő tízegynéhány évre vonatkozóan a ruházati cikkek iránti kereslet jövedelemrugalmassági együtthatóját 0,7-ben határozta meg. (Lásd Reflexions pour 1985. 147. old.)

* Lásd *H. S. Hauthakker, S. J. Prais:* Les variations de qualité dans les budgets de famille. Economie Appliquée, 1952. 1. sz.

6. táblázat

A ruházati kiadások részaránya a fogyasztási jellegű összkiadáson belül
(folyó áron)

Orszag	Ev	A ruházati kiadások aránya az osszes fogyasztási kiadáson belul
Ausztria	1950	19
	1953	14
	1956	13
	1957	13
Belgium	1950	13
	1956	11
	1957	11
Dánia	1950	16
	1953	13
	1956	12
	1957	12
Franciaország	1950	15
	1953	14
	1956	14
	1957	14
Hollandia	1950	21
	1953	17
	1956	17
	1957	16
Norvégia	1950	18
	1955	16
	1956	16
Egyesült Államok	1950	11
	1956	
	1957	9
Nagy-Britannia	1950	13
	1956	12
	1957	11
Olaszország	1950	13
	1956	11
	1957	11

Forrás: Statistical Yearbook 1958. United Nations 437. old.

zati cikkekre fordított kiadások egymás közötti aránya nem csökken — mint ahogy várhatnánk —, hanem növekszik.

Ezzel kapcsolatban egy másik következtetés is levonható: minél kisebb az élelmiszer-kereslet jövedelemrugalmassága, annál könnyebben emelhető a lakosság reáljövedelme. Ha ugyanis a jövedelmek növekményét iparcikkek vásárlására fordítják (amelyek viszonylag olcsóbbá válnak), akkor a változatlan áron kifejezett fogyasztás jóval gyorsabban nő, mint az élelmiszer-kereslet növekedése esetében. Mint ahogy a tőkésországok tapasztalatainak elemzéséből kitűnik, ha az ipar magas fejlettségi fokot ér el, akkor a ruházati cikkek — a széles körben elterjedt nézet ellenére — nem jelentenek konkurrenciát az élelmiszerekre nézve. Ezekben az országokban az élelmiszerek aránya döntően a *tartós fogyasztási cikkek* (gépkocsik, hűtőszekrények, televíziók, lakberendezés stb.), valamint a *szolgáltatások* javára csökken. Közepes fejlettségi fokon a ruházatra és általában a könnyűipari cikkekre fordított kiadások bizonyos fokig konkurrálnak az élelmiszerekkel. Ez utóbbiaknak az elsőként említett cikkekkel való helyettesítése különösen abban az időszakban következik be, amikor kibővül az iparcikkek választéka. A fogyasztási struktúra változása tehát nemcsak az árarányok változásával függ össze, hanem jelentős erőfeszítéseket is kíván a könnyűipar fejlesztése céljából.

A szocialista országokban kétségtelenül lehetséges és szükséges is a szolgáltatások szférájának nagymérvű kiépítése (e témát bővebben könyvünk további részében tárgyaljuk). Gondolnunk kell azonban arra, hogy a szolgáltatások jelentős része ingyenes (orvosi ellátás, közoktatás) vagy viszonylag alacsony díjak mellett vehető igénybe (étkezdék, üdülés stb.).* Ami pedig a tartós fogyasztási cikkeket illeti, termelésük fejlesztése

* Cz. Niewadzi azon véleményének ad kifejezést, hogy „a szocialista országokban a lakosság részére ingyenesen vagy aránytalanul alacsony árakon nyújtott szolgáltatások fogyasztása nem jár együtt azzal, hogy a fogyasztó az anyagi javak és a szolgáltatások között választhasson". (Uslugi i ich rola spoleczno-ekonomiczna. Varsó 1965. 43. old.) — Ez kétségtelenül helyes megjegyzés. Nem minden szolgáltatás ingyenes vagy

igen jelentős ugyan, de nem részesíthetők előnyben a ruházati cikkek gyártásával szemben.

Összegezve az eddigieket: egyrészt kívánatos, sőt mi több, szükségszerű a fogyasztási modell olyan irányú megváltoztatása, hogy a lakosság fogyasztási jellegű összkiadásain belül az élelmiszerekre fordított kiadások aránya csökkenjen, másrészt viszont ez olyan nehéz vállalkozás, amely *alapos átszervezést* tesz szükségessé az ipar és a szolgáltatások fejlesztése területén. Állítottuk, hogy a szocialista országok lakosságának magasabb táplálkozási színvonala a gazdasági fejlettség hasonló fokán álló tőkésországokhoz viszonyítva egészen természetes és objektív feltételekhez kötött jelenség (mindenekelőtt az iparosítás és jövedelmek kiegyenlítődése miatt).

Teljesen indokoltak tehát a mezőgazdasági termelés továbbfejlesztésére tett erőfeszítések. Másrészt viszont törekedni kell az élelmiszer-kereslet jövedelemrugalmasságának csökkentésére. Mint már említettük, a fogyasztási minta megváltoztatása céljából külön hangsúlyt kell helyezni *a)* a könnyűipari termékek választékának bővítésére; *b)* a tartós fogyasztási cikkek termelésének fokozására; *c)* a lakosság részére nyújtott piaci szolgáltatások körének jelentős kiszélesítésére.

Az ipari és a mezőgazdasági munka termelékenységének egyenlőtlen növekedése következtében az áralakulás elkerülhetetlenül az árarányok megváltoztatásához vezetett. A termelésnövelés extenzív módszereiről az intenzívekre való áttérés megteremti a szükséges előfeltételeket, hogy a népgazdaság minden területén tovább növeljük a munka termelékenységét és megfelelően emeljük a reálbéreket.

A fogyasztási minta megváltoztatásával kapcsolatos feladatok komplex megoldást követelnek. Az iparcikkek (köztük a

kedvezményes (pl. külföldi kirándulások, vendéglátóipar stb.), nem lehet tehát teljesen elvonatkoztatni a szolgáltatások és az anyagi javak egymás közötti konkurrenciájától. Biztosan fennáll az a lehetőség, hogy a szolgáltatásokra fordított kiadások növelhetők anélkül is, hogy olyan drasztikus eszközökhöz kellene folyamodni, mint a fizetési kötelezettség bevezetése az eddig ingyenes szolgáltatások után.

tartós fogyasztási javak) választékának bővítéséhez a gép- és a könnyűipar egyidejű fejlesztése szükséges. A piaci szolgáltatások mennyiségi növelésének együtt kell járnia a szolgáltatási szféra egészének kiszélesítésével (vagyis nem a szolgáltatások egyszerű kommercializálásáról van szó). Azoknak az objektív feltételeknek a változását, amelyek között a fogyasztók megtöltik „fogyasztói kosarukat" az általuk vásárolt cikkekkel. különféle eladási formák aktivizálásának és a fogyasztók olyan irányú nevelési akcióinak kell kísérniük, amelyek célja a javakkal és szükségletekkel szemben tanúsított pszichikai magatartásuk megváltoztatása.*

Ezeket az akciókat semmiképp sem szabad a fogyasztók „manipulálásával" azonosítani. Nem a — maximális profitot hozó termékek piacbővítését szolgáló — sznobizmusra és az utánzási hajlamra való hivatkozásról van itt szó, hanem arról, hogy a lakosság tényleges szükségleteire hassunk, amelyek jobb kielégítése (az ipari termelés fejlődése és korszerűsítése következtében) lehetővé és társadalmilag kívánatossá válik.

2. A TARTÓS FOGYASZTÁSI CIKKEK

A tartós fogyasztási cikkek közé soroljuk: 1. a bútorokat és egyéb hagyományos lakberendezési tárgyakat: 2. a korszerű háztartási gépeket; 3. az otthoni szórakozást biztosító eszközöket; az egyéni közlekedési eszközöket.**

* „A fogyasztás számos [...] problémája — írja V. V. Novozsilov — csupán speciális vizsgálatok alapján oldható meg helyesen. Eközben lehetetlen, hogy minden ember specialista legyen a fogyasztás racionalizálásához így vagy úgy kapcsolódó valamennyi tudományos terület'en.

A fogyasztás racionalizálásának — új szükségletek kialakításának, a múltban meggyokerezett szükségletek elleni harcnak — egyik fő eszkoze az árszabályozás. Ez a jelenség nem véletlen. hanem nagyon is jellemző a lakosság új szükségletei kialakításának a folyamatára." *(V. V. Novozsilov:* Nakady i wyniki w planowaniu optymalnym. Varsó 1970. 406. old.)

** *T. Przeciszewski:* Udział artykułów trwałego użytku w konsuempcji indywidualnej ludności rozwiniętych krajów kapitalistycznych. Handel Wewnętrzny, 1961. 4. sz. 96. old.

A tartós fogyasztási cikkeket magasabb rendű szükségletek kielégítésére szolgáló javaknak tartják. Ez nem jelenti azt, hogy e javak nem versenyeznek az élelmiszerekkel vagy a ruházati cikkekkel. Ez a konkurrencia természetesen csak az alapvető szükségletek bizonyos kielégítettségi szintjén jelentkezik. E színvonal elérése után azonban a fogyasztók magatartásában jelentős változások mennek végbe. E. Lipiński szerint: „A gépkocsi és a televízió lesz az új életmód szimbóluma, méghozzá oly erővel ható szimbóluma, hogy a viszonylag szerényebb körülmények között élő ember kész lemondani egyes hagyományos és »alapvetőnek« tartott szükségletekről azért, hogy »magasabb rendű szükségleteit« kielégíthesse."*

A jelenlegi fejlődési szakaszban e probléma valamennyi szocialista ország számára döntő jelentőségű. A tartós fogyasztási cikkek fogyasztásának növekedése a fogyasztási struktúra progresszív változását jelenti (a szükségletek skálája bővül), és összhangban áll a termelésnek a korszerűbb területek — gépipar, elektrotechnika, gépkocsigyártás — irányában történő szerkezeti elmozdulásával.**

Hangsúlyozni kell emellett, hogy a mi körülményeink között e változások nem fenyegetnek olyan szükségletek kiszorításával vagy elhanyagolásával, amelyeket össztársadalmi szempontból preferálnunk kell. Nem áll fenn annak a veszélye sem, hogy a piac álújdonságokkal („mechanikus játékszerekkel") való elárasztása az egyéni fogyasztási mintára deformáló hatást fog gyakorolni.***

A tartós fogyasztási cikkek — az általunk adott meghatározás szerint — a fogyasztási folyamatban többszörösen vesznek részt. Meghatározott időegységen (pl. egy éven) belüli vásárlások tehát nem nyújtanak képet e javak fogyasztásának méreteiről. Ezek fogyasztása a lakosság tulajdonában levő tartós fo-

* Usługi i ich rola społeczno-ekonomiczna. 34. old.

** Lásd *J. Pajestka* „Problemy polityki strukturalnej konsumpcji" c. cikkét az „Usługi i ich rola społeczno-ekonomiczna" c. tanulmánykötetben.

*** Egyes nyugati szociológusok az ilyen álújdonságok utáni hajszát megvetően „gadget civilization"-nek nevezik.

gyasztási cikkek teljes állományától, valamint felhasználásuk intenzitásától (a gépkocsin az év folyamán megtett kilométerek számától, az elektromos eszközök használatának gyakoriságától stb.) függ.

A tartós fogyasztási cikkek mennyisége az egyes országokban és az e javakra fordított kiadások aránya a családi költségvetésen belül egyaránt döntően az egy főre jutó jövedelemszinttől függ. Az elektromos készülékek kihasználásának intenzitása és a jövedelmek közötti kapcsolat bonyolultabb. A francia gépkocsipiacon végzett felmérések pl. elég meglepő eredményeket hoztak: azt mutatták, hogy a gépkocsi-használat jövedelemrugalmassága valamivel kisebb egynél.* Az elektromos készülékek használatának intenzitása hatást gyakorol élettartamukra és a kicserélésük miatt jelentkező kereslet nagyságára. Az említett fogyasztási cikkek iránti összkereslet nagyságának másik összetevője az ún. elsődleges kereslet, vagyis a cikkek új vevőinek megjelenésével kapcsolatos kereslet.

A családi költségvetésnek és a kiadások szerkezeti változásának hosszabb időszakra vonatkozó vizsgálatai azt mutatják, hogy a nettó kereslet — vagyis a tartós fogyasztási cikkek mennyiségének növekedése — egyfelől a jövedelmek elosztásától és növekedésük ütemétől, másfelől pedig e cikkek „elterjedési effektusától" függ. Ez utóbbi megjelenését biztosítja az a tény, hogy bizonyos idő után a kereslet e jövedelemcsoportok mindegyikében — tehát a jövedelemváltozásoktól függetlenül — növekszik. Az elterjedési effektus tehát azt eredményezi,

* Lásd *H. Faure:* Un modèle prospectif du marché de l'automobile. Consommation, 1959. 4. sz. 27. old.

A szerző a jelenséget a következőképp magyarázza: „Ha emelkedik a jövedelem, valószínűleg a régi gépkocsik forgalma növekszik, új gépkocsik pedig elég ritkán vannak forgalomban. Mivel az utóbbiak száma évről évre nő,... az alacsony jövedelmű, nagyon keveset utazó személyek tulajdonában levő gépkocsik aránya pedig emelkedik, olyan tendencia jelentkezik, hogy az egy gépkocsira jutó egy év alatt megtett kilométerek száma stabilizálódik, sőt csökken." Elég meglepően hangzik a szerzőnek az az állítása, miszerint „*Franciaországban 18 év* egy gépkocsi élettartama". (Ugyanott, 3. old.)

hogy a tartós fogyasztási javakra fordított kiadások növekedése az egyéb kiadások csökkenése révén következik be. Ez az effektus az egyes jövedelemcsoportokban és különböző időszakokban eltérő erővel érvényesül.

A már említett H. Faure a következő becslést készítette az „elterjedési effektusnak" a francia gépkocsipark növekedésére gyakorolt hatásáról (a felmérést a Centre de Recherches et de Documentation sur la Consommation végezte):

7. táblázat

Becslés a gépkocsik elterjedéséről Franciaországban 1949 és 1958 között
(ezer db)

Év	A jövedelmek emelkedésével és a családok számának növekedésével kapcsolatos gépkocsipark	A személygépkocsik tényleges száma	Elterjedés
1949	1382	1381	0
1950	1490	1490	0
1951	1632	1659	27
1952	1703	1820	90
1953	1813	2013	83
1954	1941	2224	83
1955	2135	2434	16
1956	2237	2773	237
1957	2453	3202	213
1958	2478	3654	427

Forrás: H. Faure: Un modèle prospectif du marche de l'automobile. Consommation, 1959. 4. sz. 16. old.

A piac ökonometriai elemzésében az elterjedési effektus elkülönítése döntő jelentőségű a távlati tervezés szempontjából. Elég bonyolult azonban magyarázatot adni már azokra a változásokra is, amelyek ezen effektus hatásában végbemennek. A tartós fogyasztási cikkek iránti igények növekedését kétségtelenül: *a)* az új szükségleteket szülő új termékek megjelenése, *b)* a gazdasági fejlődés és a gyors műszaki haladás következté-

ben a lakosság élet- és munkafeltételeinek megváltozása; c) az adott országban és a nemzetközi szinten egyaránt érvényesülő demonstratív hatás eredményezi.

T. Pałaszewska-Reindl a társadalmi munkamegosztásban és a lakosság életmódjában végbemenő változásokat (amelyek abban fejeződnek ki, hogy a termelés elmarad a fogyasztástól), a nők foglalkoztatottságának növekedését és a szabad idő meghosszabbodását sorolja az alapvető „szükségletteremtő" tényezők közé. A fejlett tőkésországokban döntően azért növekedtek az egyéni közlekedési eszközök iránti igények, mert nőtt a lakóhely és a munkahely közötti távolság, a munkahét pedig csökkent. A nők szakmai aktivizálódása eredményezte azt, hogy a háztartási eszközök korszerűsítése égető szükséggé vált. A több szabad idővel rendelkező lakosság azonban érdekelt, hogy azt gazdaságosan használja ki (ebből ered a televíziók, a magnetofonok, turistafelszerelések stb. iránti kereslet).*

A „szükségletteremtő" tényezők közé kell sorolni a demográfiai változásokat is. „A mai társadalomban — írja T. Pałaszewska — az alapvető fogyasztói közösség a háztartás, amely leggyakrabban a legközelebbi családtagokból áll... A legtöbb mai fejlett társadalomban a családi életforma fejlődése a családok felaprózódásának a tendenciájában fejeződik ki." Mivel a tartós fogyasztási cikkek felhasználó alanyai nem egyéni fogyasztók — állítja a továbbiakban a szerző —, hanem háztartások, a gazdálkodó alanyok száma emelkedésének az e cikkek iránti szükséglet növekedését kell eredményeznie.**

A demográfiai tényező kétségtelenül nagyon lényeges szerepet játszik a tartós fogyasztási cikkek (és általában a fogyasztási javak) keresletének alakulásában. Az e téren mutatkozó tendenciák azonban sokkal összetettebbek annál, mint ahogy azokat Pałaszewska bemutatta. A három generációból álló „nagy család" csupán két generációból álló, „kis családdal" tör-

* Lásd *T. Pałaszewska-Reindl:* Konsumpcja dóbr trwałego użytku w Polsce. Varsó 1966. 74. old.

** Ugyanott, 75—76. old.

ténő felváltása — amennyiben gazdaságilag fejlett országokról van szó — időben már eléggé a múlté. Új (csak a második világháború után jelentkező) tendencia viszont a családtagok számának emelkedése egyes országokban. Máshol ezzel szemben az az igen érdekes jelenség lép fel, hogy nem a család egysége gyakorol hatást a tartós fogyasztási cikkek keresletére, hanem fordítva, az e javak (különösen a gépkocsi) iránti igények befolyásolják a családtervezést.

Meg kell említenünk még egy új jelenséget, amelynek a jelentősége a jövőben valószínűleg növekedni fog: ez pedig az egyes családtagok gazdasági „emancipációja" (ez különösen a kereső ifjúság azon részére vonatkozik, amely továbbra is a szülői házban lakik). Ezzel a kérdéssel kapcsolatban vezették be az amerikai közgazdászok a „spending unit" fogalmát.* Az Egyesült Államokban úgy becsülik, hogy a piacon jelentkező önálló alanyok száma kb. 10%-kal haladja meg a háztartások számát.

Visszatérve a fogyasztási javak iránti igények elterjedési ütemét befolyásoló tényezőkre — kiiktatva a jövedelmeknek és a javak árának, valamint a demográfiai változásoknak a hatását —, a meghatározó feltételek egész csoportját kell felsorolnunk, így: *a)* a javak és szolgáltatások egyes csoportjainak helyettesíthetőségét; *b)* adott tartós fogyasztási cikk miatt igénybe vett szolgáltatások használati értékét. A francia vizsgálatokban pl. a gépkocsik elterjedésének fő akadályaként a magas fenntartási költségeket említik. A mi körülményeink között az infrastruktúrának (mindenekelőtt a turisztikai bázis kiépítésének) van komoly jelentősége. Ami a konyhaberendezéseket vagy a bútorokat illeti, azokat a mi lakásnívónkhoz kell igazítani. A mosógépek iránti igény döntő mértékben a mosodai szolgáltatások fejlesztésétől és árától függ. Az említett problémák illusztrálására bemutatjuk a Lengyel Miniszterta-

* A „spending unit" fogalma szó szerint „pénzt kiadó egység"-et jelent. Olyan önálló alanyt jelent tehát, aki meghatározott vásárlóerőt képvisel és a piacon szükségletekkel jelentkezik.

nács mellett működő Tervbizottság és a Központi Statisztikai Hivatal által készített becsléseket a háztartások bizonyos tartós fogyasztási javakkal való ellátottságára vonatkozóan. (Lásd a 8. táblázatot.)

8. táblázat

A háztartások egyes tartós fogyasztási javakkal való ellátottságára vonatkozó becslés

(XII. 31-i állomány)

Megnevezés	1955	1960	1961	1962	1963	1964	1965	1966	1967	1968
	100 háztartásra, darabban									
Lámpás rádiókészülék	24	43	46	48	50	51	51	50	49	50
Televízió	—	6	8	11	15	19	24	28	32	37
Mosógép	0,5	19	24	30	37	40	45	48	53	58
Hűtőszekrény	0,1	1,8	2,4	4	5	7	10	13	16	20
Villanyvarrógép	6	13	15	17	19	20	21	22	23	24
Személygépkocsi	0,3	1,1	1,3	1,5	1,8	2,1	2,4	2,9	3,3	3.7
Motorkerékpár, robogó, segédmotoros kerékpár	2	10	11	12	14	15	17	18	17	18

Forrás: Rocznik Statstyczny 1969. 516. old.

A lakosság egyes csoportjainak tartós fogyasztási cikkekkel való ellátottságáról a 9. táblázat tájékoztat.

Az említett statisztikai adatok bizonyítják, hogy:

— a fizikai és a szellemi dolgozók háztartásának rádiókészülékkel, televízióval és lemezjátszóval való ellátottságában mutatkozó különbségek az alacsony jövedelmű csoportokban jelentéktelenek, a legfelső jövedelemcsoportokban azonban már jelentős eltérések mutatkoznak a szellemi dolgozók javára;

— a szellemi dolgozók háztartása jobban ellátott hűtőszekrénnyel és porszívóval, mint a hasonló jövedelmű fizikai dolgozóké;

— a nagyobb jövedelmű fizikai dolgozók háztartásában több

a (100 háztartásra jutó) varrógép, motorkerékpár, robogó és segédmotoros kerékpár, mint az ugyanazon jövedelemcsoportba tartozó szellemi dolgozókéban;

9. táblázat

A fizikai dolgozók háztartásának egyes tartós fogyasztási javakkal való ellátottsága vagyoncsoportok szerint 1968-ban
(XII. 31-i állomány)

Megnevezés	Átlagosan	Vagyoncsoportok (kiadás/fő/év) złotyiban						
		7200-ig	7201—9600	9601—12 000	12 001—15 000	15 001—18 000	18 001—24 000	24 001 fölött
	100 háztartásra darabban							
Rádiókészülék	77,2	63,3	76.1	77,2	83,8	85,4	75,6	59,7
Televízió	56,9	40,8	53,6	65,1	65,3	62,1	54,0	29,5
Lemezjátszó	18,6	10,2	11,9	18,3	21,8	22,9	21,3	16,8
Mosógép	72,5	71,4	80,8	85,4	79,6	72,5	61,0	29,5
Hűtőszekrény	15,4	2.0	7,3	14,1	18,0	20,0	24,0	12,1
Porszívó	23,7	7,1	15,2	28,2	29,7	27,1	25,1	16,1
Villanyvarrógép	42,4	41,8	44,4	46,5	48,3	43,2	38,0	21,5
Motorkerékpár, robogó, segédmotoros kerékpár	9,6	4,1	9,3	10,4	7,7	13,9	7,0	13,4
Kerékpár	29,5	35,7	35.8	34,4	29,7	30,0	19,5	18,8

Forrás: Ugyanott, 525. old.

— a kerékpárok inkább a fizikai, mint a szellemi dolgozók háztartásában találhatók meg;

— a falu tartós fogyasztási javakkal való ellátottsága általában rosszabb, mint a városé, kivételt képez a motorkerékpár, a segédmotoros és az egyszerű kerékpár mint egyéni közlekedési eszköz. Ezzel kapcsolatban ki kell hangsúlyoznunk azt (az általunk megadott táblázatokban fel nem tüntetett) körülményt, hogy az egyes vajdaságok között igen jelentős eltérések tapasztalhatók mind a tartós fogyasztási cikkekkel való ellátottság tekintetében általában, mind pedig annak struktúrájában.

A falusi és a városi lakosság kiadásainak dinamikájával kap-

10. táblázat

A szellemi dolgozók háztartásainak egyes tartós fogyasztási javakkal való ellátottsága vagyoncsoportok szerint 1968-ban

(XII. 31-i állomány)

Megnevezés	Átlagosan	Vagyoncsoportok (kiadás/fő/év) zlotyiban						
		7200-ig	7201—9600	9601—12 000	12 001—15 000	15 001—18 000	18 001—24 000	24 001 fölött
	100 háztartásra darabban							
Rádiókészülék	83,1	58,3	77,2	74,8	83,8	84,3	88,0	82,3
Televízió	64,2	41,7	54,4	66,1	76,1	61,6	62,5	60,3
Lemezjátszó	24,7	—	17,5	19,7	23,9	24,4	25,6	30,6
Mosógép	74,8	83,3	91,2	87,4	86,8	77,3	68,0	58,9
Hűtőszekrény	39,9	8,3	21,1	28,4	42,1	40,7	43,4	45,9
Porszívó	50,3	25,0	31,6	40,2	52,8	55,8	52,4	53,1
Villanyvarrógép	38,1	58,3	47,4	47,2	46,2	39,0	32,7	28,7
Motorkerékpár, robogó, segédmotoros kerékpár	8,4	8,3	12,3	3,9	8,1	12,8	6,2	10,1
Kerékpár	24,1	25,0	29,8	34,7	28,4	22,1	22,7	15,8

Forrás: Ugyanott.

csolatos részletes vizsgálatok azt mutatják, hogy az általános tendencia hasonló: az otthoni szórakozást elősegítő berendezések és a közlekedési eszközök a szükségletek hierarchiájában megelőzik a háztartási cikkeket.*

A statisztikai adatok azt bizonyítják, hogy a szocialista országokban ugrásszerűen emelkedik a tartós fogyasztási javak mennyisége. A kezdeti időszakban e cikkek vásárlása nem annyira a jövedelmek dinamikáját és az adott területen jelentkező „szükségletteremtő" tényezők nyomásától, hanem főként az adott ország termelőpotenciálja által determinált kínálattól függ.** A gépipar fejlődése teremt olyan helyzetet, amelyben

* Lásd *A. Hodoly:* Problemy spożycia w Polsce. Varsó 1966. 368. old.

** A szocialista országok között a tartós fogyasztási javak fogyasztása Csehszlovákiában, a Szovjetunióban és a Német Demokratikus Köztársaságban érte el a legmagasabb szintet. (Lásd Statistisches Jahrbuch 1967. 48—50. old.)

lehetővé válik a tartós fogyasztási cikkek termelésének viszonylag rövid időn belüli növelése. Ebből ered *e javak fogyasztásának ugrásszerű növekedése.*

11. táblázat

Néhány falusi gazdaság bizonyos tartós fogyasztási cikkekkel való ellátottsága 1967—1968-ban

Megnevezés	Átlagosan	Falusi gazdaság				
		3 ha alatt	3—7	7—10	10—15	15 ha felett
			ha			
		100 gazdaságra darabban				
Rádiókészülék	69,6	66,4	68,1	70,5	77,9	78,7
Televízió	23,3	25,7	16,5	27,6	35,5	33,3
Mosógép	48,9	45,8	45,3	54,7	56,8	60,6
Hűtőszekrény	3,5	2,2	3,5	3,8	6,3	2,9
Porszívó	5,0	8,6	3,1	4,8	4,7	6,3
Villany-varrógép	29,5	26,9	30,0	29,0	32,3	34,3
Személy-gépkocsi	1,7	0,5	1,1	2,0	4,4	8,6
Motorkerékpár és robogó	27,0	9,6	24,1	39,4	45,0	61,1
Segédmotoros kerékpár	6,8	3,0	7,2	7,5	11,5	10,7
Kerékpár	92,3	85,9	83,4	103,2	111,7	127,2

Forrás: Ugyanott, 533. old.

Számos negatív jelenséget váltott ki azonban az a tény, hogy a piac tartós fogyasztási javakkal való tervszerű ellátása során gyakran egyoldalúan a hazai termelés lehetőségeiből indultak ki, és a kereslet szerkezetére nem fordítottak kellő figyelmet. Ennek következtében egyes áruk piaca váratlanul telítődött, aránytalanságok keletkeztek a lakosság különféle cikkekkel való ellátásában, sok esetben pedig hanyagság volt tapasztalható a termékek minőségének javítása terén.

A tartós fogyasztási javak fogyasztásának Lengyelországban megfigyelhető egyenlőtlen alakulására mutat rá T. Palaszews-

ka: „Példaként szolgálhat a személygépkocsi-, a hűtőszekrény-, a porszívó- és a padlókefélőgép-gyártás, amelyben a fejlődés üteme messze nem volt kielégítő; egyidejűleg viszont túlzottan gyors ütemben fejlődött pl. a mosógépgyártás. Úgy látszik, ennek az volt az oka, hogy nem ismertük kellően a lakosságnál található tartós fogyasztási cikkek mennyiségét, valamint e javak fogyasztásának várható fejlődési tendenciáit. A termelést ez ideig (1962-ig) azon meggyőződés alapján fejlesztettük, hogy az egyes tartós fogyasztási cikkek értékesítési lehetőségei korlátozottak."*

Helyesnek látszanak a szerző olyan irányú javaslatai, hogy a lakosság fogyasztásában tovább kell növelni a tartós fogyasztási cikkek részarányát. Ebből a célból a következőket kell tenni:

— jelentősen ki kell bővíteni a tartós fogyasztási cikkek választékát oly módon, hogy e cikkek több típusának és fajtájának termelését kell beindítani, valamint bővíteni kell a többi szocialista országgal folytatott árucserét;

— nagyobb figyelmet kell fordítani a termékek minőségének javítására a korszerűség, az esztétikus kivitelezés, a műszaki színvonal, valamint a használati megbízhatóság szempontjából;

— anyagi ösztönzőkkel érdekeltséget kell teremteni új termékek gyártása iránt oly módon, hogy az „újdonságokra" magasabb árakat állapítunk meg;

— helyes arányokat kell kialakítani a tartós fogyasztási cikkek árai között;

— hosszú távú árpolitikai elveket kell meghatározni, amelyek az árszínvonal fokozatos csökkentése (az ipari potenciál növekedésének és a termelési költségek csökkenésének mértékében), valamint az értékesítési piac ily módon való bővítése irányában hatnak;

— biztosítani kell a berendezések ésszerű üzemeltetéséhez szükséges alkatrészellátást a piacon;

* *T. Pałaszewska-Reindl:* Konsumpcja dóbr trwałego użytku w Polsce. 206—207. old.

— emelni kell a vevőszolgálat színvonalát (a tanácsadó szolgálatot, a vásárlók őszinte tájékoztatását a vásárolt cikkek használati értékéről).*

3. LAKOSSÁGI SZOLGÁLTATÁSOK

A társadalom fogyasztói szükségleteinek a kielégítettségi fokát nemcsak az egy lakosra jutó anyagi javak fogyasztásának volumenével, hanem a lakosságnak nyújtott szolgáltatások mennyiségével és minőségével is mérhetjük.**

Marx termelő és nem termelő szolgáltatásokat különböztet meg. Az első csoportba sorolja mindazon tevékenységeket, amelyek az anyagi javak termelési folyamatának mintegy meghosszabbodását jelentik. E javak szállítása az előállítás helyétől a felhasználás helyéig, az áruk raktározása és a pusztulástól való megőrzése stb. termelőmunkát jelent. A szállítási, a hírközlési és a teljes áruforgalmi tevékenység a termelési szférába tartozik.*** Az összes többi szolgáltatást a nem termelő szférába soroljuk.

Ez utóbbiakat két csoportra oszthatjuk: fogyasztói jellegű szolgáltatásokra és adminisztratív jellegű szolgáltatásokra (a központi és helyi közigazgatási szervek, a rendőrség, az igazságszolgáltatás tevékenysége, honvédelem stb.). A közigazgatási tevékenységnek kétségtelenül nagy jelentősége van a lakosság élet- és munkakörülményeinek szempontjából. Nem lehet tehát eléggé hangsúlyozni, hogy a szolgáltatások e szférája mi-

* Lásd ugyanott, 207—208. old.

** „Fogyasztási cikkekben számolva minden pillanatban van — az áruk formájában létező fogyasztási cikkek mellett — bizonyos mennyiségű fogyasztási cikk szolgálatként. A fogyasztási cikkek teljes összege ily módon minden pillanatban nagyobb, mint amekkora a fogyasztási szolgálatok nélkül volna." (*Marx:* Értéktöbblet-elméletek, I. rész. Budapest 1958. 133. old.)

*** A teljes áruforgalomnak a termelő szférába történő beszámítása csak a szocialista gazdaságban indokolt, ahol kiküszöbölődnek a spekulatív jellegű kereskedelmi ügyletek.

lyen fontos az állampolgár számára. Tekintve azonban annak specifikus jellegét és azt, hogy csak közvetve hat a fogyasztásra, az adminisztratív szolgáltatásokat nem vizsgáljuk a továbbiakban, és figyelmünket a fogyasztói szolgáltatásokra koncentráljuk.

Már hosszabb idő óta folyik vita arról, hogy a szolgáltatásokat be kell-e számítani a nemzeti jövedelembe. A szocialista országokban eddig alkalmazott nemzetijövedelem-számítási módszer csupán az anyagi termelés gazdasági eredményének a figyelembevételére korlátozódik. Ezt a helyzetet több közgazdász bírálja. Rámutatnak arra, hogy az eddigi módszerrel számított nemzeti jövedelem nem ad teljes képet a társadalom gazdasági aktivitásáról, nem mutatja egységesen a lakosság jólétét, nem tükrözi egyöntetűen az ország gazdasági szerkezetét. E hiányosságok megnehezítik a helyes gazdasági arányok megtervezését, lehetetlenné teszik a helyes gazdasági számítások végrehajtását a beruházási döntések során, továbbá végső soron a szolgáltatási szféra elhanyagolását eredményezik.

Mindazok, akik ellenzik a szolgáltatások beszámítását a nemzeti jövedelembe, általában két fő érvet hoznak fel. Először: a szolgáltatások nagy részét a lakosság ingyenesen, vagy nagyon alacsony árakon élvezi. A fogyasztó nem választ a szolgáltatások és az anyagi javak között. Nem lehet tehát a szolgáltatásokat a csereérték kategóriájában vizsgálni, mivel általában nincs megfelelőjük a lakosság által vásárolt anyagi javak formájában. Másodszor: a nem termelő szférában nehéz mérni a munkatermelékenység növelését, és ezáltal a szolgáltatásoknak a nemzeti jövedelem növekedési ütemére gyakorolt hatását. Hogy is mérhetnénk a művész, az orvos, a tanár stb. munkájának termelékenységét?*

Függetlenül attól, hogy az egyes közgazdászok milyen álláspontra helyezkednek a nemzetijövedelem-számítás módszereiről folyó vitában, valamennyien megegyeznek abban, hogy az eddigieknél jóval nagyobb súlyt kell fektetni a nem termelő szolgáltatásokra, s hogy ezeket a népgazdaság más területéhez hasonlóan, tervszerű módon kell fejleszteni.**

Azzal, hogy bizonyos szolgáltatásokat a nem termelő szférába sorolunk, korántsem kívánjuk azok szerepét lebecsülni. Teljes nyomatékkal hangsúlyoznunk kell e szolgáltatások jelentőségét mind az egész újratermelési folyamat, mind pedig a társadalom fogyasztói szükségleteinek kielégítése szempontjából. E szükségletek nem kevésbé fontosak és jelentősek, mint az anyagi javak körében jelentkező szükségletek.

* E kérdéssel foglalkozik M. Kalecki is. (Lásd Zarys teorii wzrostu gospodarki socjalistycznei. 10. old.)

** Lásd Ekonomia polityczna socjalizmu. 115. old.

Ahhoz, hogy elemzésünkben jobban tájékozódhassunk, részletesen osztályoznunk kellene a fogyasztói szolgáltatásokat. E szolgáltatásokat különböző kritériumok szerint lehetne csoportosítani. Az osztályozással kapcsolatban ismert próbálkozások közül nekünk leginkább E. Lipiński professzor javaslata felel meg. Ő a különféle jelenségek három csoportját különbözteti meg, amelyeket „lakossági szolgáltatások"-nak nevez.

„Az első esetben adásvételről, szállításról, csomagolásról, javításról, valamint szükségletek kielégítésére vagy termelési célokra szolgáló tárgyak és berendezések működőképes állapotban való tartásáról van szó. E területen a »szolgáltatásokat« nem új, eltérő szükségleteket kielégítő, speciális mennyiségként állítják elő [...]. A javítási folyamat további része, folytatása az eredeti termelési folyamatnak.

Másrészt az ember, magánszemély, bizonyos olyan szükségleteket elégít ki, amelyek túlmennek az elemi táplálkozás, öltözködés és lakás szféráján; az embernek vendéglőben kell ebédelnie, ruháját kell tisztíttatnia, egyik helyről a másik helyre kell mennie, gyógyíttatni kell magát, ha beteg. Ez esetben az ember mindennapi életével kapcsolatos »személyi szolgálatról« van szó [...]. Ezen felül az embernek »felsőbbrendű« szükségletei vannak: szórakozást keres, tanul, koncertekre jár, kirándul a hegyekbe vagy a tenger mellé, idegen országokat látogat, sporteseményeken vesz részt, lemezeket, könyveket vásárol, moziba, színházba jár stb."*

Az első típusú szolgáltatásokat a szerző a „vásárló kiszolgá-

* Usługi i ich rola społeczno-ekonomiczna. 27—28. old. A szolgáltatások másféle osztályozásával is találkozunk: pl. W. Jastrzębowski a szolgáltatásokat 1. termelő szolgáltatásokra, 2. személyi szolgáltatásokra, 3. információs szolgáltatásokra, 4. vezetési szolgáltatásokra osztja. (Lásd ugyanott, 61. old.) W. Przelaskowski a szolgáltatásokat a következőképp rendszerezi: 1. termelői szolgáltatások, amelyek feloszlanak: az anyagi termelés, a közös fogyasztás és az egyéni fogyasztás szférájába tartozó szolgáltatásokra; 2. nem termelő szolgáltatások, amelyek szintén a fenti szférák szerinti szolgáltatásokra (anyagi termelés, közös és egyéni fogyasztás) oszlanak. (Lásd ugyanott, 89. old.)

lásának", a másodikat a „személy kiszolgálásának", a harmadikat a „személyiség kiszolgálásának" nevezi.*

Azért foglalunk állást e felosztás mellett, mert jellege nem formális, hanem az a társadalom fejlődésének mértékében létrejövő és fejlődő szükségletek megkülönböztetésén alapul. Ezen csak egy jelentéktelen javítást eszközölhetnénk, mégpedig azt, hogy a második és a harmadik csoportból kiemelnénk a közoktatást és az egészségvédelmet, különálló szolgáltatáscsoportba sorolva ezeket. Lehet, hogy ez nem felel meg teljesen fejtegetésünk eddigi logikájának, másfelől azonban nagyon is indokolt. Arról van szó ugyanis, hogy a közoktatás és az egészségügy fontos elemét képezi az infrastruktúrának, különösen nagy hatást gyakorolva a gazdasági növekedés folyamatára. Természetesen az egész fogyasztás — mint olyan — egyidejűleg szolgál az emberek bizonyos szükségleteinek kielégítésére és gyakorol hatást az újratermelés folyamatára. A közoktatásnak és az egészségvédelemnek azonban különösen nagy jelentősége van, és ezért az egész társadalom különös érdeklődésének és gondoskodásának tárgyát jelentik. Nemcsak a „személy" vagy „személyiség kiszolgálásával", hanem *fontos külső kihatásokkal* járó fogyasztással állunk tehát szemben.

A szolgáltatások többszörösen kihatnak a társadalmi jólétre. Először: a társadalmi fejlődés ütemére és irányára gyakorolt befolyásukon keresztül elősegítik a társadalom életszínvonalának emelését. A közgazdasági irodalomban nagy figyelmet fordítanak az ún. „emberi beruházások" hatékonyságára. Nem kétséges, hogy a társadalmi fejlődés jelenlegi szakaszában a tudományos és szakképzési kiadások gyakran nagyobb gazdasági hasznot hoznak, mint a termelő beruházások.**

* Lásd ugyanott, 28. old.

** Sz. Sztrumilin írja, hogy (a tízéves oktatási program kidolgozásával kapcsolatban) még a húszas évek elején végeztek a Szovjetunióban számításokat a közoktatás fejlesztésének gazdasági hatékonyságára vonatkozóan. Annak idején kiszámították — írja Sztrumilin —, „... hogy az iskolahálózat tervezett fejlesztésére fordított teljes állami juttatás még a terv végrehajtásának időszakában teljesen megtérül, az összes haszon pedig, amire a népgazdaság két-három tízéves tervidőszak alatt szert tesz,

Másrészt annak a szabad időnek a meghosszabbodása, amelyet a dolgozó pihenésre, a társadalmi és társasági életben való részvételre. tanulásra és szórakozásra használhat fel, valamint a pihenési feltételek ugyancsak hatást gyakorolnak a munkatermelékenységre és a nemzeti jövedelem növekedésére.*

A dolgozó nőt a munkaigényes háztartási elfoglaltságoktól mentesítő szolgáltatások, valamint az a tény, hogy a gyermekekről képzett szakemberek gondoskodnak a bölcsődékben és az óvodákban, lehetővé teszik számára, hogy aktív munkát vállaljon és növelje a család jövedelmét.

Lengyelországban a jelenlegi fejlődési szakaszban a szolgáltatási szféra kiépítésének szintén nagy jelentősége van a teljes foglalkoztatottság megteremtése szempontjából. A demográfiai hullám ún. betetőződése számos bonyolult problémát váltott ki azzal kapcsolatban, hogy munkahelyet kellett biztosítani a munkaképes korba lépő fiatal generáció számára. A szolgáltatási szférában általában jóval alacsonyabbak az új munkahely létesítésének költségei, mint az anyagi termelésben. Látjuk tehát, hogy a lakossági szolgáltatások szférájának kibővítése jelenleg mind az ország további gazdasági fejlesztése, mind pedig a lakosság fogyasztói szükségleteinek jobb kielégítése szempontjából kívánatos.

Másodszor: a szocialista rendszerben nem lehet elszakítani a szolgáltatások gazdasági kihatását attól a jelentős szereptől, amelyet azok az ember személyiségének kialakítására gyakorolnak. Az „emberi beruházások" hatékonyságának kiszámítá-

négyszeresen meghaladja az ezzel kapcsolatos kiadásokat". *(Sz. Sztrumilin:* Problemy socializmu i kommunizmu w ZSRR. Varsó 1962. 154. old)

* Különbséget kell tenni a szabad idő és a munkától mentes idő között. A szolgáltatási szféra fejletlen volta vagy rossz működése ugyanis azt eredményezheti, hogy a dolgozó a munkaidő csökkenése, tehát az aktív munkától mentes szabad idő meghosszabbodása ellenére egyáltalán nem rendelkezik több szabad idővel, amit kívánsága szerint használhatna fel. A munkahelyre való utazásra, vásárlásra, élelmiszerbeszerzésre stb. fordított idő meghosszabbodása ugyanis jelentősen csökkentheti azokat a gazdasági és társadalmi előnyöket, amelyeket a munkahét vagy munkanap csökkentése eredményezhetne.

sa érdekes és hasznos lehet, de emlékeztetnünk kell arra, hogy a közoktatás, az egészségügy, az üdülés önálló értékek, gazdasági kihatásoktól függetlenek. Hasonlóképp a női munkaerő aktivizálódásának számos olyan gazdaságon kívüli aspektusa van, amelyet nem lehet vizsgálatainkból kihagyni. Nem lehet tehát tisztán „kereskedői nézőpontra" helyezkedni, és a közvetlenül az embert érintő beruházások (vagyis a közoktatás, az egészségvédelem stb. területén végrehajtott beruházások) hatékonyságát nem lehet alapul venni, ahhoz, hogy gazdaságilag válasszunk a gépekre és emberekre történő ráfordítások között.*

Harmadszor: a szolgáltatások fejlődése — ugyanúgy, mint az új termékek előállítása — új szükségleteket teremt. Bizonyos szolgáltatások iránti igény gyors ütemben növekszik, gyakran megelőzi kínálatuk megfelelő növelésének lehetőségeit (pl. turizmus), más szolgáltatások iránti igényeket pedig először létre kell hozni, mivel azok bizonyos szükségletek hagyományos kielégítési módjának megváltoztatásával kapcsolatosak (pl. mosodai szolgáltatások). A szolgáltatások fejlődése azonban minden esetben a társadalmi munkamegosztás elmélyülését, a társadalmi kapcsolatok új formáinak kialakítását és bizonyos kulturális átalakulásokat jelent.

Negyedszer: a szociális jellegű szolgáltatói tevékenység gyakran szoros kapcsolatban áll az anyagi termelés szférájával. Ilyen kapcsolat különösen a kommunális szolgáltatások területén mutatkozik. A város építésétől és felszereltségétől függnek azoknak az embereknek a munkafeltételei, lakásviszonyai, pihenési feltételei és társadalmi együttélésük körülményei, akik e városban laknak.

Ötödször: az „áruszolgáltatás" — mint már említettük — az

* Ha az oktatást csak beruházásként kezelnénk, akkor az eszközöket oly módon kellene elosztanunk, hogy az oktatásügy fejlesztésére fordított ráfordítások utolsó „adagja" és az állóalapok növekedése a nemzeti jövedelem ugyanolyan mértékű növekményét eredményezze. Az oktatásügy azonban nemcsak a gazdasági növekedésre hat, hanem különös fajta fogyasztást is jelent. Az oktatásügynek ezt a kettős jellegét kell figyelembe venni a gazdasági számításokban.

anyagi javak termelési folyamatának szükséges folytatása. „Még a legnagyobb termelés is — írja Lipiński —, amellyel azonban nem társul »az áruszolgáltatás« arányos növekedése, nagymértékben »látszattermelés«, az emberi és anyagi munkával való részleges pazarlás."* Másrészt a javító szolgáltatások terén tapasztalható hiányosságok felszámolásának feltétele a termelés minőségének javítása és a piac ellátása a szükséges alkatrészekkel és nyersanyagokkal. Az anyagi termelésben és a szolgáltatási szférában foglalkoztatottak számának növekedésére vonatkozó statisztikai adatok azt bizonyítják, hogy az ország gazdasági fejlődésének mértékében ún. szervizelődési folyamat kiterjedése megy végbe, vagyis viszonylag gyorsan emelkedik a szolgáltatások területén foglalkoztatottak száma. Néhány közgazdász még azt is vallja, hogy a szolgáltatási szektor részaránya az adott ország gazdasági fejlődési szintjének egyik mutatója.

Ez a nézet a gazdasági növekedés C. Clark által megfogalmazott elméletén alapul. Clark három gazdasági szektort különböztet meg. Az első szektor a mezőgazdaságot és erdőgazdaságot foglalja magába. Jellemzője a csökkenő hozadék törvényének működése, valamint az a körülmény, hogy egy bizonyos határon túl az e szektorban foglalkoztatott népesség egy része a mezőgazdaságon kívüli foglalkozási ágakba vándorol át. A második szektorba az ipar tartozik. Az iparra a munkatermelékenység gyors növekedése jellemző. A termelés gépesítése és a társadalom életszínvonalának emelkedése a szolgáltatásokat magában foglaló harmadik szektor kialakulásához vezet. Ez azt vonja maga után, hogy a foglalkoztatottság a másik két szektor rovására e szektorban emelkedik gyors ütemben. „A földről a gyárba, a gyárból a hivatalba", ez Clark szerint az iparosodó társadalmak fejlődéstörvénye.**

Ezt az elméletet gyakran használják fel a marxizmus ellen folytatott vitában. A harmadik szektorban foglalkoztatottak gyorsan növekvő aránya állítólag azt bizonyítja, hogy a mai világban a proletariátus szerepe csökken, a kispolgárságé pedig növekszik. A hivatalnokok (white collar) és az új típusú kisiparosok (working proprietor) — a televíziók és rádióberendezések javításával, gépkocsik javításával és karbantar-

* Usługi i ich rola społeczno-ekonomiczna. 27. old.

** *C. Clark*: The Conditions of Economic Progress. London 1951. II. kiadás. 506. old.

tásával foglalkozó műhelytulajdonosok számának növekedése állítólag megingatja a felhalmozás marxi törvényét és az ebből eredő olyan következtetéseket, amelyek szerint a tőkés rendszerben a társadalmi erők szüntelenül polarizálódnak. E nézetek különösen a második világháború utáni első években váltak divatossá és az ún. harmadik út, vagyis a se nem kapitalista, se nem szocialista rendszer keresésének elméleti alapjául szolgáltak.*

12. táblázat

Foglalkoztatottság gazdasági ágak szerint
(az összes foglalkoztatottak százalékában)

Megnevezés	Év	I. ág (mező- és erdőgazdaság)	II. ág (ipar, építőipar)	III. ág (szolgáltatások)
Egyesült Államok	1820	72	13	15
	1900	38	31	31
	1950	12	37	51
	1953	11	35	54
Nagy-Britannia	1871	15	50	35
	1901	9	47	44
	1931	6	47	47
	1951	5	50	45
Németország	1882	36	37	27
	1938	14	47	39
NDK	1946	15	50	35
NSZK	1950	12	49	39
Olaszország	1871	51	32	17
	1901	49	30	21
	1936	40	33	27
	1951	35	35	30
Svédország	1840	63	7	30
	1900	43	24	33
	1940	27	37	36
	1950	19	42	39
Lengyelország	1961	31	40	29

Forrás: Usługi i ochrona społeczno-ekonomiczna. 38. old.
Megjegyzés A mezőgazdaságban nem vettük figyelembe a nők és a gyermekek munkáját. A Lengyelországra vonatkozó adatok becsült jelleguek.

* C. Clark elméletéből levonható következtetéseket a legvilágosabban F. Perroux mutatta be. (Lásd *F. Perroux:* La croissance économique selon Colin Clark. Banque, 1949. 1. sz.)

Ezen elmélet azonban rövid életűnek bizonyult. Tények bizonyítják ugyanis, hogy: *a)* az ún. harmadik szektorban is koncentrációs folyamat megy végbe, *b)* e szektor munkásait nehéz olyan társadalmi erőként felhasználni, melyet szembe lehetne állítani a proletariátussal. Ellenkezőleg, akár a parasztok, akár a szellemi dolgozók, vagy a „working proprietors" egyre gyakrabban fognak össze a munkásosztállyal az állammonopolista kapitalizmus elleni közös harcban és a szakszervezeti mozgalomban találják meg szervezeti formáikat és szakmai érdekeik védelmét.

A 12. táblázatban adatokat közlünk az Egyesült Államok és néhány európai ország egyes gazdasági ágazataiban foglalkoztatottak számának alakulásáról.

Bármennyire is kétségtelennek látszik a szolgáltató szférában foglalkoztatottak számának általános növekedési tendenciája, ebből még nem lehet elsietett és ezért indokolatlan következtetéseket levonni.

A szolgáltatások gazdaságon belüli jelentős aránya a gazdasági fejlettség szintjének nem mértékadó mutatója. Ahhoz, hogy erről meggyőződjünk, elegendő összehasonlítani néhány ország adatait. (Lásd a 13. táblázatot.)

13. táblázat

A mezőgazdaság és az ipar részaránya a bruttó társadalmi termékből 1956-ban

(%)

Ország	Mezőgazdaság	Ipar	Összesen
Kolumbia	36	21	57
Kína	39	20	59
Egyiptom[1]	35	15	50
Hollandia	11	43	54
NSZK	9	49	58
Belgium	7	48	55

Forrás: Bulletin Mensuel de Statistique des Nations Unies. 1958. 1. sz.
[1] 1954. évi adat.

Három fejlődő és három fejlett országot választottunk ki. A két országcsoportra vonatkozó adatok azt bizonyítják, hogy a tőkésországokban alkalmazott jövedelemszámítási módszerekkel meghatározott nemzeti jövedelemből a mezőgazdaság és az ipar részaránya, valamint a nemzeti jövedelem szintje közötti negatív korreláció a legkevésbé sem abszolút szabály.

Ezt nem csupán a pontosság kedvéért hangsúlyozzuk. Nem akarjuk azt állítani, hogy nincsenek bizonyos kivételek e szabály alól, hisz ilyen állítás teljesen banális lenne. Fel kívánunk azonban lépni a „szervizelődési" folyamat fetisizálása ellen, mivel ez teljesen hamis gyakorlati következtetésekhez vezet. Néhány polgári közgazdász pl. nagy jelentőséget tulajdonít a fejlődő országokban a szolgáltatási szektor kiépítésének, mivel ebben látja a munkanélküliség csökkentésének egyik alapvető módszerét. Úgy gondoljuk, hogy az ilyen remények erősen túlzók.* A fejlődő országokban viszonylag sokan dolgoznak háztartási alkalmazottként**, valamint a kiskereskedelemben (házaló és utcai árusok). Nehéz lenne elfogadni azt, hogy az e területen foglalkoztatottak számának növekedése gazdasági előrehaladást jelent. A marxisták álláspontja ezzel kapcsolatban teljesen határozott: *össztársadalmi szempontból* támogatják a termelő szolgáltatások, valamint a hasznos szolgáltatások fejlesztését.***

* Egyebek között ez a probléma szerepelt a gazdasági fejlődés és foglalkoztatottság kérdéseivel foglalkozó nemzetközi konferencián (Genf, 1953. XII. 12., 13.) (Lásd Problems of employment in economic Development. Genf 1954. 24—25. old.)

** Érdemes rámutatni arra, hogy az első világháború előtt még Angliában is a háztartási alkalmazottak képezték a szolgáltatások területén dolgozók legnagyobb részét és a bérmunkásoknak kb. 10%-át tették ki. (Lásd G. C. *Allen:* Struktura przemysłu brytyjskiego. Varsó 1962. 16. old.) — A háztartási alkalmazottak száma csupán a második világháború után csökkent jelentősen a fejlett tőkésországokban (becslések szerint a háború előttinek kétharmadával).

*** Marx pl. rámutatott arra, hogy a kommunista társadalomban a társadalmi munka azon része, amely a „szükségletek közös *kielégítésére szolgál*, mint iskolákra, egészségügyi intézményekre stb... jelentékenyen megnő a mostani társadalomhoz képest, és ugyanolyan mértékben nö-

A szolgáltatási szektor kiépítésének az anyagi termelés növekedésével szoros kapcsolatban kell maradnia és e növekedésre kell támaszkodnia. Ez egyik feltétele az ország gazdasági struktúrája helyes fejlődésének és a lakossági szolgáltatások hatékonyságának.

Végül nem szabad elfeledkeznünk arról sem, hogy a szolgáltatások fejlődésében — ugyanúgy, mint szinte valamennyi gazdasági folyamatban — a domináló tendenciák mellett bizonyos ellentendenciák is fellépnek, amelyeket nem lehet lebecsülni.

Sok területen (a kereskedelemben, a vendéglátóiparban, sőt még bizonyos javító-szerelő szolgáltatások területén is) egyre gyakrabban kerül sor az önkiszolgáló rendszer alkalmazására, számos irodai munkát pedig gépek végeznek el. A tudományos-technikai forradalom nemcsak az ipart és a mezőgazdaságot, hanem a szolgáltatási ágakat is forradalmasítja. Már közelinek látszik az a perspektíva, amelyben kérdésessé válik az a tézis, hogy a szolgáltató szektorban foglalkoztatottak számának relatíve gyors ütemben növekednie kell (szélsőséges prognózisok szerint a szolgáltató szektor részarányának az összfoglalkoztatottakon belül 85—95%-ra kell növekednie).*

Az előbbi meggondolások alapján két alapvető következtetés vonható le. Lengyelországban és még néhány más szocialista országban jelenleg fejletlen a szolgáltató szektor. Lengyelországban pl. — ha figyelmen kívül hagyjuk a közoktatási, a kulturális, az egészségügyi és a kommunális szolgáltatásokat (amelyeken az ipari szolgáltatások — pl. mosoda — kívül maradnak), és figyelembe vesszük az ún. kisipari szolgáltatásokat, akkor a szolgáltatások értéke becslések szerint 1961-ben 18—20 milliárd złoty volt, vagyis a nemzeti jövedelemnek kb. 4%-a.**

Az állam közoktatási, tudományos és kulturális kiadásai

vekszik, amilyenben az új társadalom fejlődik". Egyidejűleg rámutatott az adminisztrációs költségek csökkentésének szükségességére. (*Marx—Engels:* Válogatott Művek. II. köt. 13. old.)

* Lásd *A. Marchal:* La pensese économique en France depuis 1945. Párizs 1953. 165. old.

** Lásd Usługi i ich rola społeczno-ekonomiczna. 85. old.

1955 és 1961 között a nemzeti jövedelem 5%-át tették ki, az egészségügyi kiadások aránya pedig ugyanezen időszakban 2,9-ről 4,1%-ra, a társadalombiztosítási kiadásoké pedig 4,7%-ról 5,0%-ra emelkedett.*

A foglalkoztatottság dinamizmusa a népgazdaság egyes területein a szolgáltatások szerepének fokozódásáról tanúskodik. Így pl. a Szovjetunióban az anyagi termelésen kívül a foglalkoztatottak részaránya 1939-ben 10,1%, 1959-ben 14,6% volt, 1980-ban pedig a népgazdaságban foglalkoztatottak összlétszámának több mint 30%-át kell elérnie. Lengyelországban ez az arány az 1955. évi 9,6%-ról 1961-re 11%-ra nőtt. A fogyasztói szolgáltatások egész szférájában foglalkoztatottak aránya azonban az 1955. évi kb. 20%-ról 1961-re már 22%-ra emelkedett.**

Általános az a meggyőződés, hogy Lengyelországban és a Szovjetunióban aránytalanság keletkezett az anyagi termelés és a szolgáltatások fejlődése között, és hogy ez a népgazdaság szempontjából számos negatív következménnyel jár. Éppen ezért a szolgáltatások iránti igényeket éppoly pontosan fel kell mérnünk, mint ahogy azt az anyagi javak keresletének vizsgálata során tettük. Nem elég jelszavakat hangoztatni a lakossági szolgáltatások szférájának gyorsabb kiépítéséről. E szféra kibővítését — hasonlóan a gazdasági tevékenység egészéhez — tervezett formában kell végrehajtani, vagyis: *a)* figyelembe kell venni a szolgáltatások területén jelentkező igényeket, és meg kell határozni, hogy mely szolgáltatásokat kell preferálni; *b)* az adott beruházási lehetőségek és a népgazdaság távlati szükségletei szempontjából kell kiválasztani a legmegfelelőbb megoldásokat. Nem választhatunk tehát eszközigényes és növekvő beruházási igényekkel járó variánsokat; el kell kerülnünk azonban a szolgáltatások olyan alacsony színvonalú kiépítését, amely megnehezíti a további technikai és szervezeti haladást a népgazdaság ezen ágában.

Nem lehet mechanikusan a szocialista gazdaságba átültetni a fejlett tőkésországok szolgáltatási modelljét. Ilyen tenden-

* Lásd ugyanott, 91. old.
** Lásd ugyanott, 41. old.

ciák olykor a sajtó hasábjain és bizonyos egyéni fogyasztási minták propagálásában jutnak kifejezésre. A gazdag tőkésországokban a szolgáltatások ténylegesen jóval magasabb szintűek, mint nálunk. E fogyasztási mintákra azonban a szükséges kritika és realitás megőrzésével kell tekintenünk. Nem szabad elfeledkeznünk arról, hogy a tőkés társadalomban a szolgáltatások jelentős része specifikus jellegű, és az össztársadalmi érdekek szempontjából nem helyeselhető. Itt pl. a következő tevékenységekre gondolunk *a)* nagyon sokan foglalkoznak a tisztán spekulatív jellegű műveletek „ellátásával" (építkezésre alkalmas telkek adásvételi ügyleteivel foglalkozó közvetítők, tőzsdei alkalmazottak stb. munkája); *b)* a rendkívül sok személyt foglalkoztató és jelentős anyagi eszközöket felemésztő reklámügynökségek túlzott kiépítésére; *c)* a szolgáltatások és hivatalok gazdaságtalan párhuzamosságára, valamint a tőkés konkurrencia következményeként jelentkező szükségtelen eladási erőfeszítésekre*; *d)* a gazdagok szeszélyeit és furcsa kívánságait kielégítő szolgáltatások kifejlesztésére (luxusszállók, exkluzív szórakozóhelyek stb.), ugyanakkor számos olyan szolgáltatás elhanyagolására, amelyeket a társadalom legszélesebb rétegei vesznek igénybe. (Ezzel a II. fejezetben foglalkoztunk bővebben.)

A szocialista rendszerben a szolgáltatásokat a célszerű fogyasztási modell kialakítása szempontjából kell fejlesztenünk. A szolgáltatások fejlődésének a legszélesebb tömegeket kell szolgálniuk. E problémát nem közelíthetjük meg a személytelen vásárló oldaláról, hanem figyelembe kell vennünk a különböző társadalmi és jövedelmi csoportok szükségleteit és lehetőségeit. Ezért az egyes szolgáltatásfajtákat a tőkésországoktól eltérő sorrendben kell fejleszteni, továbbá más módszerekkel kell mérni a szolgáltató tevékenység hatását, és más árpolitikára van szükség.

Az előbbiekben már említettük a szolgáltatások iránti igények vizsgálatának szükségességét. E vizsgálatok során köny-

* Ezekkel kapcsolatban lásd *B. P. Bekwith:* The Economic Theory of a Socialist Economy. Stanford, 1954. II. kiadás. 97. old.

nyű tájékozódnunk az e téren mutatkozó szükségletek intenzitásáról, ami aztán a szükségletek kielégítésének a sorrendjét is eldönti. Végső soron számos területen (pl. a vendéglátóiparban, a városi közlekedésben vagy a javító szolgáltatásokban) teljesen nyilvánvalóak az aránytalanságok és a hiányosságok. Amikor azonban az egyes szolgáltatásfajták fejlesztési sorrendjéről beszélünk, általában jóval általánosabb megoldásokról van szó, így nemcsak a dolgok jelenlegi állapotát kell jobban megismerni, hanem a megfelelő távlatokat is látni kell. A marxizmus klasszikusai — mint láttuk — különösen nagy figyelmet fordítottak a társadalom közös szükségletei kielégítésének a kérdésére. A közös szükségletek területén kialakult szolgáltatásoknak kétségtelenül elsőbbséget kell biztosítani az ún. tercier szektor fejlesztésében. Nem szükséges bővebben indokolni a közoktatás, az egészségvédelem, az óvodai és bölcsődei hálózat, a sportlétesítmények, a kollégiumok stb. fejlesztésének jelentőségét.

E specifikus fogyasztás egyetlen különleges aspektusát kell kihangsúlyoznunk. E fogyasztás ugyanis elválaszthatatlanul összekapcsolódik a szocialista országokban végbemenő társadalmi átalakulásokkal. Az iskolák, diákotthonok olyan ifjúság kialakításához járulnak hozzá, amely kívánsága és képessége szerint tanulhat és szerezhet szakképzettséget, valamint választhat magának foglalkozást. Az e területen történő beruházások tehát a társadalmi egyenlőség, a szocialista társadalom tagjai előtt álló életlehetőségek kiegyenlítését szolgálják. A szocialista társadalomban a kulturális tevékenység is a preferált területek közé tartozik. A fogyasztási modell *tudatos alakítása a társadalom anyagi és szellemi szükségleteinek harmonikus fejlődését tételezi fel.* Megengedhetetlen egyszerűsítés volna, ha valaki az alapvető és származékos szükségletekre való felosztást úgy értelmezné, hogy először a társadalom anyagi jólétét kell biztosítani, s csak ezt követően lehet gondoskodni a szellemi szükségletekről. Ismeretes, hogy egy szocialista országban sem jelentkeztek ilyen tendenciák vagy nézetek. Másrészt azonban állítanunk kell, hogy számos gazdag tőkésországban a „tárgyak imádata" kiszorította vagy túlzottan el-

szegényítette a társadalom kulturális szükségleteit és szellemi életét. Kiderült: az embereket rá lehet bírni, hogy gépkocsit, hűtőgépet vagy korszerű konyhaberendezést hajhásszanak, miközben a színházak, koncertek vagy képkiállítások csak a szellemi elit érdeklődésére számíthatnak. A szocialista országok elkerülték a fogyasztás ilyen deformálódását, mivel a szocialista forradalom egyik jelszava az volt, hogy a kultúra és a művészet minden kincsét — amit korábban csak a kiválasztott rétegek élvezhettek — át kell adni a népnek.* E programnak kell meghatároznia az e téren folytatandó további politikát is.

A közös fogyasztás terén nyújtott szolgáltatások előnyben részesítése felveti fejlesztésük finanszírozásának problémáját. A tudományos, oktatásügyi és kulturális kiadások — mint ahogy korábbi adataink bizonyítják — Lengyelországban nagyjából ugyanolyan ütemben nőttek, mint a nemzeti jövedelem. Sokan úgy vélik, hogy a jövőben ennek az ütemnek fokozódnia kell. Az állam azonban nemcsak a tudományt, kultúrát és az oktatásügyet támogatja, hanem a közös fogyasztás közé sorolt szolgáltatások többségét is, és állíthatjuk, hogy ezek az összegek — a lehetőségekhez mérten — igen jelentősek. Tudatában kell lenni annak, hogy a jórészt a társadalmi fogyasztási alapból fedezett közös fogyasztás és a döntően munkabérekből fizetett egyéni fogyasztás között meglehetősen bonyolult összefüggések vannak. Alapvető jelentőségű az az állítás, hogy a fogyasztás e két formája kiegészíti egymást és szükséges mind a társadalmi szükségletek kielégítése, mind a termelés ösztönzése szempontjából. Nem szabad azonban figyelmen kívül hagynunk azt a tényt, hogy e téren bizonyos ellentmondások is jelentkeznek.

A társadalom tagjainak az egészségvédelem, üdültetés stb. területén jelentkező szükségleteinek kielégítése kétségtelenül

* Jellemző a Szovjetuniót látogató, tőkésországokból érkező turisták véleménye. Sokan a Nyugatról érkező számára különösen meglepő jelenségként említik, hogy a színházak, a múzeumok, a képkiállítások, a szavalóversenyek stb. mindig nagy látogatottságnak örvendenek, hogy a tanulási láz és a művészet iránti érdeklődés általános.

pozitív hatást gyakorol termelőtevékenységükre. Más oldalról azonban a szociális juttatások gyors növekedése — ami magától értetődően a globális béralap növekedési ütemének megfelelő lassulását váltja ki — számos negatív következménnyel járhat: *a)* növekedhet a munka eredményeihez nem kapcsolódó szolgáltatások részaránya, ami gyengítheti a dolgozók érdekeltségét a munka termelékenységének növelésében; *b)* korlátozódhatnak a fogyasztó lehetőségei az egyéni választás terén; *c)* irracionális jelleget ölthet a fogyasztás egy része.

Általában véve három olyan alapvető periódust különböztethetünk meg, amelyekben a szociális szolgáltatások eltérő szerepet játszanak és fejlődési tendenciájuk különböző.

Az első periódusban — közvetlenül a forradalom után — a plebejusi egyenlőség irányába mutató tendencia megélénkülése a társadalmi szolgáltatások gyors növekedését eredményezi.

A második periódusban a szolgáltatások növekedésében bizonyos csökkenés következik be, és nagyobb hangsúlyt kap a munka utáni bérek emelése. E periódusban a szociális szolgáltatások bizonyos mértékig enyhítik azt az ellentmondást, amely a legkevesebbet kereső csoportok életszínvonalának gyors ütemű növelésére irányuló tendencia és a termelésfejlesztés érdekeiből fakadó bérkülönbségek fenntartásának szükségessége miatt jelentkezik. A szociális alapok egyrészt a jövedelemkülönbségeket nivelláló tényezőt jelentenek, másrészt pedig lehetővé teszik, hogy bátrabban nyúljunk a gazdasági ösztönzőkhöz, tehát a bérek differenciálásához.*

* Olyan probléma ez, amelynek óriási gyakorlati jelentősége van. Lengyelországban pl. az utóbbi évtizedben jelentősen növekedtek a legalacsonyabb bérek. Szintjük azonban továbbra is viszonylag alacsony. 1967-ben az 1000 złotyt keresők részaránya 5,9%, az 1001—1200 złotyt keresőké pedig 6,1% volt. (Lásd Rocznik Statystyczny 1969. 540. old.) — E személyeknek csak egy része egyedülálló. Ha elsősorban a legalacsonyabb jövedelmű társadalmi csoportokra terjesztjük ki a társadalmi juttatásokat, akkor egy főre vetítve életszínvonaluk gyorsabban emelkedik, mint ahogyan ez a minimális bérek emelésével lehetséges.

A harmadik periódusban a bérkiegyenlítődési tendencia erősödik. (E tendenciát valamennyi fejlett ipari ország tapasztalatai bizonyítják.) A jövedelemnivelláló tényezőként ható szociális juttatások olyan tényezővé változnak át, amely a társadalom tagjainak az összfogyasztási alapból való részesedését differenciálja úgy, hogy az többé már nem a munka mennyiségétől és minőségétől, hanem a szükségletektől függ.

Mindhárom periódusban más tehát a társadalmi juttatások frontja. Az első periódusban a társadalmi juttatások gyors és spontán növekedése azt eredményezi, hogy számos lakossági szolgáltatás szubvencionált (közlekedés, üdültetés stb.), s ez következésképp akadályozza további fejlődésüket. A második periódusban a szociálpolitika egyre inkább a legrosszabb körülmények között élő embercsoportokra koncentrálja figyelmét. A harmadik periódusban a szolgáltatások mindinkább általános jelleget öltenek.*

Előbbi gondolatmenetünkből következik, hogy: *a)* az ún. közös fogyasztásra kerülő szolgáltatásokat differenciált módon kell kezelnünk; nem mindegyiket kell ingyenesen vagy döntően az állam által finanszírozva nyújtani; *b)* bizonyos fejlődési szakaszban indokolt differenciált árpolitikát folytatni, az egyes jövedelemcsoportoknak nyújtott szolgáltatások terén; *c)* e politika köre időben változó, de szoros kapcsolatban kell állnia az általános bérpolitikával.

A közös fogyasztás szférájába sorolt szolgáltatások fejlesztésének együtt kell járnia az egyéni lakossági szolgáltatások további kiépítésével (félkész ételek árusítása, vendéglátóipari szolgáltatások, televízió-, rádiószervizek, háztartási eszközöket javító műhelyek, gépkocsiszervizek stb.). E szolgáltatások kö-

* A három periódusra történő felosztás egészen nem felel meg az összes szocialista ország gyakorlati tapasztalatainak, csak utal a társadalmi juttatások bizonyos általános fejlődési irányaira. Nem annyira az egyes államok ezen időszakban követett konkrét politikája a lényeges, hanem inkább a szolgáltatásoknak a szocialista társadalom különféle fejlődési szakaszaiban játszott eltérő szerepe. (Lásd Ekonomia polityczna socjalizmu. 307—318. old.)

rének kibővítése nagy jelentőségű a társadalmi szükségletek jobb kielégítése és a piaci egyensúly biztosítása szempontjából. A javak és szolgáltatások helyettesíthetősége természetesen fennáll. A helyettesíthetőség foka a javak és a szolgáltatások közötti árarányoktól, a lakossági jövedelmek szintjétől és az emberek szokásaitól függ. Egyes tartós fogyasztási cikkek túlzottan magas ára vagy hiánya mesterségesen növeli a szolgáltatások iránti keresletet. A fogyasztó arra törekszik, hogy az adott javak használati idejét pótlólagos javítások révén meghosszabbítsa.

A szolgáltatások tartós fogyasztási javakkal való helyettesíthetősége még az élelmezés területén is jelentkezik. A háziasszony, aki félkész terméket vásárol — és így a főzés során munkát takarít meg — a drágább tartós fogyasztási javakból kevesebbet vásárol. A mi körülményeink között az a hozzáadott érték, ami a nyers és a félkész, vagy kész élelmiszerek különbözetéből ered, viszonylag kicsi. Ez annak az eredménye, hogy csak az utóbbi időben került sor az élelmiszeripar és a vele kapcsolatos szolgáltatások, valamint üzemi konyhák és büfék (ahol az ételek jóval olcsóbbak, mint a normál vendéglátóipari éttermekben) lassú ütemű fejlesztésére. A nyersanyag értékéhez (a termelő szolgáltatások révén) hozzáadott érték növekedése bizonyos mértékben csökkentené az élelmiszercikkek piacára nehezedő nyomást, ahol jelenleg nagy a feszültség.*

Az előbbi példa az ún. *kapcsolódó szolgáltatásokra* vonatkozik. E szolgáltatásoknak nincs külön áruk, mivel az áruval együtt értékesítik őket. Ha a szolgáltatást külön-külön vásárolják és annak meghatározott ára van, akkor az ún. *„szabad szolgáltatások*ról beszélünk. A kapcsolódó szolgáltatások léte lehetővé teszi, hogy fogyasztásuk kényszer jellegű legyen. Erre akkor kerül sor, amikor egyes javakat az eladásukkal összefüggő szokásos szolgáltatáson kívül nem lehet szolgáltatás nél-

* Hangsúlyoznunk kell, hogy nem az ún. áruelszíváson alapuló fejlődésről van szó. Ez a következtetés világosan kitűnik az e témával kapcsolatos további gondolatmenetünkből.

kül megvásárolni. Ezt a jelenséget — mint mindenfajta kényszerfogyasztást — negatívan kell értékelnünk.

A helyettesítés — *sensu largo* — versenyt jelent a különböző áruk és szolgáltatások között, valamint azt jelenti, hogy egyikük kiszorítja a másikat. Nemcsak arról van tehát szó, hogy pl. a televízió javítása meghosszabbítja annak használati idejét, ezzel csökkenti az új televíziók iránti keresletet, s hogy a ruházati cikkek árának csökkenése és a gazdagodás növekedése a ruhaneműjavító szolgáltatások iránti igények csökkenésére hat, hanem arról, hogy a fogyasztás szerkezetében is változások mennek végbe. A turizmus iránti kedv pl. egyéb vásárlások korlátozására kényszerít.

A szolgáltatások fejletlensége társadalmi szempontból nemkívánatos jelenséget vált ki: azt, hogy ezek piaci ára viszonylag magas. Helyesen írja ezzel kapcsolatban M. Rakowski: „A szolgáltatásokban a gazdasági küszöb problémája jelentkezik. Vegyük pl. a vendéglátóipart. Ha a félkész termékek, a vendéglátóipari szolgáltatások árát a nyersanyagok áránál 50%-kal magasabban állapítjuk meg, akkor széles tömegeket zárunk el e szolgáltatások igénybevételétől. Világos, hogy e szolgáltatásokat ekkor csak a kevés jómódú fogja igénybe venni, egyidejűleg óriási társadalmi haszontól — amire azzal tennénk szert, ha a szolgáltatások árát csökkentenénk — fosztjuk meg magunkat. Viszonylag alacsony árak mellett a vevők széles köre venne igénybe szolgáltatásokat, és így társadalmi időt, munkaidőt stb. szabadítanánk fel."* Csak ilyen megközelítést fogadhatunk el helyesnek a célszerű társadalmi fogyasztási modellel kapcsolatos fejtegetéseinkben.

Ilyen körülmények között azonban könnyen észrevehető, hogy a gazdasági számításokkal kapcsolatban e téren komplikált elméleti problémák vannak. Nem azokról a — korábban már említett — nehézségekről van szó, amelyek a szocialista gazdaságban a szolgáltatások számbavételénél jelentkeznek, mivel a szolgáltatások egy részének egyáltalán nincs ára, vagy az ár támogatásos. Ezek a nehézségek a megfelelő kereskedel-

* Usługu i ich rola społeczno-ekonomiczna. 93. old.

mi szolgáltatások árának elfogadásával vagy speciális szerződéses árrendszer bevezetésével kiküszöbölhetők.*

A legnagyobb nehézséget a szolgáltató tevékenység hatékonyságának méréséhez szükséges, megfelelő eszközök kidolgozása jelenti. Ez abból következik, hogy *a számítás a népgazdaság és a háztartások határán mutatkozó jelenségekre vonatkozik.* A szolgáltatások fejlesztése olyan társadalmi munkaráfordításokat tesz szükségessé, amelyeket költségeik határoznak meg. A szolgáltatások közvetlen eredménye a háztartásban jelentkező munkamegtakarítás. A gazdasági számbavétel azonban erre nem terjed ki, mivel e munkamegtakarítás a javak társadalmi mozgásán és a termelők közti társadalmi csere tevékenységén kívül található.

E probléma lényegét a következő egyszerű példával könnyen megvilágíthatjuk. A kereskedelmi hálózat kibővítése vagy a vevőszolgálatok javítása gyakran nem a kereskedelmi forgalom növekedéséhez vezet, hanem a fogyasztóknak jelent időmegtakarítást, megkönnyíti számukra a szükséges vásárlásokat. Ezek az eredmények mindeddig mennyiségileg nem nyertek kifejezést, ami pedig szükséges gazdasági számbavételükhöz. A népgazdasági munkaráfordítások és a háztartásban jelentkező munkamegtakarítások (vagy egyszerűen a munkától mentes idő megtakarítása, mint ahogy ez pl. a sorban állás felszámolásával jelentkezik) közvetlenül nem hasonlíthatók össze.

Néhány polgári közgazdász úgy véli, hogy ez csak a nemzeti jövedelem számítási módszereinek hiányosságait bizonyítja. E. Nevin ezzel kapcsolatban a következőket írja: „A becslés statisztikai nehézségein kívül ... vannak egyéb elméleti okok is, amelyek miatt a nemzeti jövedelem nagyságának becslésében évről évre mutatkozó változásokat nem lehet mindig a társadalom gazdasági jólétében végbemenő változások tükröződésének tekinteni ... A nemzeti jövedelem névleges nagysága már annak következtében is változhat, hogy bizonyos — a korább-

* Eddig bizonyos szolgáltatásokat természetes mértékegységben mértünk (mint pl. az 1000 lakosra jutó kórházi ágyak száma, az egyetemi hallgatók száma stb.).

biakban a pénz közvetítése nélkül végzett — tevékenységek pénzformát öltöttek, bár a javak kínálata valójában nem változott. Például a háziasszonyok által végzett szolgáltatásokat nem számoljuk be a nemzeti jövedelembe, mivel azok ingyenesek; ha azonban a háziasszonyok hirtelen elhatározzák, hogy többé nem otthon mosnak, hanem a ruhaneműt mosodába adják . . ., akkor a nemzeti jövedelem nagyobb lesz, bár a személyi szolgáltatások reálértéke egészét tekintve a gazdaságban egyáltalán nem biztos, hogy nőtt."* Nehéz egyetérteni ezzel a nézettel, mivel az előbbi példa olyan változásokat érint, amelyek társadalmilag nagyon is lényegesek. A nőket bizonyos háztartási munkák végzése alól tehermentesítő szolgáltatások fejlesztésének eredményeként elmélyült a társadalmi munkamegosztás, bizonyos munkamennyiség össztársadalmi szintű megtakarítása következett be. Ez meghatározott gazdasági (lehetővé válik, hogy a nők egy része munkát vállaljon), társadalmi és kulturális (nő a szórakozásra, tanulásra stb. felhasználható szabad idő) következményekkel jár.**

Sz. Sztrumilin pl. úgy véli, hogy a Szovjetunióban az első ötéves terv időszakában (1928—1933 között) csupán a közétkeztetési hálózat fejlesztése évente több mint 9 milliárd munkaóra megtakarítást tett lehetővé. Ez tehát egyáltalán nem lekicsinyelhető probléma.*** El lehetne ugyan fogadni azt az álláspontot, hogy ha a közös fogyasztást elemzésünkből teljesen kiiktatjuk és csak a teljes áron nyújtott szolgáltatások figyelembevételére szorítkozunk, akkor a gazdasági számítás alátá-

* E. Nevin: Textbook of Economic Analysis. 238. old.

** A. C. Pigou már régen felvetette ezt a problémát, azt a tréfás példát említve, hogy a háziúr feleségül vette szolgálólányát. Ilyen eset — a tőkésországokban érvényes statisztikai módszerek alkalmazása esetén — a nemzeti jövedelem csökkenését eredményezi, a feleség ugyanis nem kap fizetést. A legtöbb szocialista ország statisztikája a szolgáltatásokat nem számítja a nemzeti jövedelembe. Ilyen értelmezés szerint tehát nem jelentkezik probléma. Kérdéses marad azonban a háztartásokban és a népgazdaságban felhasznált (vagy megtakarított) munka összehasonlíthatósága.

*** Lásd *Sz. Sztrumilin*: Problemy socjalizmu i kommunizmu w ZSRR.

maszthatő a piaci paraméterekkel. Ez azonban nem volna helyes (különösen a távlati tervezés során nem). Igazat kell adnunk M. Rakowskinak, aki ezt írja: „Ha a szolgáltatás keresletét csak olyan módon közelítjük, hogy azt mint a piacon jelentkező, pénzfedezettel bíró szükségletet kezeljük, akkor a szolgáltatások szerepének elemzése egyáltalán nem visz bennünket előre. Ez olyan álláspont, amely a piac szerepét túlzottan leszűkíti és nem alkalmazható gazdaságunkban. A szükségleteket meg kell teremtenünk a szolgáltatások területén, a keresletet kell igazítanunk a létrehozandó szolgáltatásokhoz."*

A piaci mechanizmus hiányát bizonyítja az a tény, hogy a tőkés rendszerben a nagyvárosok munkásnegyedei a kereskedelmi, kommunális és egyéb szolgáltatások tekintetében általában elhanyagoltak. A szovjet sajtóban rámutattak arra, hogy gyakran ellentmondás tapasztalható bizonyos szolgáltatások hatékonyságának mikro- és makroökonómiai értelmezése között. A szolgáltatásokat nyújtó vállalatok berendezéseik maximális kihasználására törekszenek. Ennek következménye a csúcsforgalmi időben tapasztalható sorban állás és a kliensek nagy időveszteségе. Ezért — mint ahogy a szovjet sajtóban állítják — alapvetően revideálni kell a szolgáltatások e kérdéseivel kapcsolatos nézeteket. Tegyük hozzá, hogy ez annál is fontosabb, mivel a szolgáltatások területén végrehajtott, gyakran kismértékű javítás vagy pótlólagos ráfordítás (pl. kisegítő eladó foglalkoztatása) aránytalanul nagy eredményt hozhat az adott szolgáltatást igénybe vevő személyek időmegtakarítása formájában. A ráfordítások és eredményük számbavétele még amiatt is komplikált, mivel — bár nem a társadalmilag szükséges munkaráfordítás megtakarításával állunk szemben, mint az anyagi termelés szférájában, de — a rendelkezésre álló társadalmi munka teljes egyenlege kétségtelenül megváltozik. E változások azonban csak nehezen számíthatók ki.

Nem vagyunk abban a helyzetben, hogy olyan kész módszert mutassunk be, amellyel legmegfelelőbben kiszámíthatnánk a lakosság részére nyújtott szolgáltatások terén eszközölt ráfor-

* Usługi i ich rola społeczno-ekonomiczna. 92. old.

dításokat és azok hatását a szocialista gazdaság viszonyai között. A problémát csupán felvetni tudjuk. E kérdés jelentőségének elismerése is számos következtetést helyez előtérbe:

1. A szolgáltatások terén az optimálási számításnak — a beruházások gazdasági hatékonyságának kérdése mellett — számos társadalmi jellegű, nehezen mérhető körülményt kell figyelembe vennie.

2. A probléma helyes megoldása megkönnyíti a *(sensu largo)* termelők és fogyasztók nevelését.

3. A jelenlegi helyzetben e téren a jólét növelésének komoly, mind ez ideig kihasználatlan tartalékai vannak (vagyis számos, nagy beruházási ráfordítást nem igénylő kismértékű racionalizálás a fogyasztók kiszolgálásának jelentős javulását segíthetné elő). E tartalékok kihasználása kétségtelenül pozitív hatást gyakorolna a termelésre és a munkatermelékenységre.

4. Ha a helyi államigazgatási szerveket érzékenyebbé lehetne tenni a szolgáltatások ügye iránt, akkor ez átütő szerepet játszhatna az adott területen élő lakosság létfeltételeinek javulásában, és pozitív társadalmi fogyasztási minták (falusi kávéházak, klubok, könyvtárak, kultúrtermek, mozik, jól működő vendéglátó üzemek, szállodák stb.) fejlődését segítené elő.

4. A LAKÁSGAZDÁLKODÁS

A modern ember szükségleteit kielégítő javak és szolgáltatások közt különös helyet foglal el a „ház", vagyis a lakás. Maga a lakásszükséglet a legrégebbi és a legalapvetőbb szükségletek közé tartozik. Napjainkban azonban a „ház"-nak (lakásnak) nem kizárólag az ember hideg elleni védelme a fő funkciója. A ház nemcsak azt teszi lehetővé, hogy az ember alkalmazkodjék az éghajlati viszonyokhoz, hanem személyisége fejlődésének is alapját képezi; az ember itt pihen, itt éli családi és társasági életét, a ház szolgál a mindennapi életben érzékelt szépség és kényelem iránti igényének kielégítésére (a lakberendezés mindig kifejezi a benne lakó személyek egyéniségét). A lakás alapvető funkciói közé — ahogy azt E. Lipiński helyesen hang-

súlyozza — az izoláció és a szellemi autonómia iránt jelentkező igény kielégítése tartozik. Másrészt a lakótelepek hozzájárulnak az emberek közötti kapcsolatok fejlődéséhez és a közös életmód különböző formáinak kialakulásához.

A marxizmus klasszikusai nagy figyelmet fordítottak a munkásosztály lakáskörülményeire és a tőkés viszonyok bírálatára. A lakáskérdésnek a szocialista forradalmat követő megoldási módjaival kapcsolatban nagyon óvatos megjegyzéseket tettek, hangsúlyozva a lakásgazdálkodás megszervezése és az olyan általánosabb problémák megoldása közti összefüggést, mint pl. a falu és a város közti ellentmondás felszámolása, családfejlődés stb. Engels „A lakáskérdéshez" c. művében a következőket írja: „Minthogy nem az a feladatunk, hogy a jövő társadalmi berendezésére utópikus rendszereket dolgozzunk ki, egészen céltalan lenne a kérdésnek ezzel a részével foglalkoznunk."*

Tekintettel a lakáskérdés jelentőségére, a proletariátus közvetlenül a hatalomátvétel után a lakásgazdálkodást és lakásigények kielégítését szolgáló rendszer alapvető átalakítására törekszik. A tulajdonviszonyok megváltozása következtében a gazdasági tevékenység fő motívumát többé már nem a profit jelenti. A szocialista állam politikájának alapvető előirányzata a lakásépítés fejlesztése, a lakosság tényleges lakásszükségleteitől és a társadalom gazdasági lehetőségeitől, nem pedig az effektív vagyis a lakosság különböző csoportjainak vásárlóerejétől függő kereslet alapján.**

Az egyes szocialista országokban elég jelentős különbségek tapasztalhatók a lakáspolitika és a lakásgazdálkodás általános szervezeti és működési elveit illetően. E területen azonban számos közös vonás észlelhető, ami a termelési viszonyok szocialista jellegéből következik.

1. Felszámolták az ingatlanok és építési területek magán-

* *Marx—Engels* Művei. 18. köt. Budapest 1969. 213. old.

** A lakásépítésben elérhető profit maximálása utáni hajsza számos gazdag tőkésországban a lakáskérdés kiéleződését eredményezte. Az ilyen háttérben keletkező éles társadalmi feszültségek arra kényszerítették az állami és a kommunális hatóságokat, hogy beavatkozzanak e kérdésekbe.

tulajdonát. A lakásépítés nagyrészt társadalmi jelleget öltött (állami és szövetkezeti lakásépítés), megengedett azonban a lakástulajdonosok egyéni szükségleteit kielégítő magánépítkezés is.

2. A lakásépítési beruházások a népgazdasági terv részét képezik; e beruházások az adott időszak objektív fejlődési feltételeitől, a rendelkezésre álló termelőkapacitástól (építőanyag-ipari termeléstől és az építőanyagokat feldolgozó vállalatok lehetőségeitől), valamint össznépgazdasági szükséglettől függenek (szoros kapcsolatban állnak az ipari építkezésekkel, a termelő beruházásokhoz kapcsolódva kiegészítő beruházásokat jelentenek).

3. Az egész építési-beruházási folyamat államosítása elősegíti az építéstechnika fejlődését, az építőipar gépesítését, az építési költségek csökkentését, valamint a telkek tervszerű beépítését. A lakótelepek formájában történő lakásépítkezés fejlesztése növeli a lakások használati értékét annak következtében, hogy a lakások közvetlenebb kapcsolatban állnak a szolgáltató vállalatokkal, valamint a pihenésre kijelölt területekkel (parkok, gyermekjátszóterek).*

A lakásigények kielégítése kétségtelenül a szocialista országok egyik legnagyobb problémája. Ennek számos oka van. Ezekben az országokban a dolgozó tömegek lakáshelyzete a szocialista forradalom előtt rendkívül rossz volt. A háború óriási pusztításokat okozott. A háborút követően a természetes szaporodás viszonylag gyors ütemű volt. Az iparosítás megkezdése hatalmas erőfeszítéseket követelt, ami az építőiparban különösen nagy feszültséget okozott. Az iparosítás ugyanis végső soron a faluból a városba vándorló lakosság növekedését jelenti, ami jelentősen növeli a lakásigényeket.

Összehasonlítás céljából érdemes néhány statisztikai adatra utalnunk. Lengyelországban a két világháború közti időszakban a városi lakosság száma az 1921. évi 6,6 millióról 1938-ra 10,4 millióra nőtt. A városi lakosság évi átlagos növekedése te-

* Lásd *A. Andrzejewski:* Zarys politiki mieszkaniowej. Varsó 1959. 46. old.

hát ebben az időszakban kb. 224 000 fő volt. 1945 és 1965 között a városi lakosság átlagos évi növekedése 410 000 főt tett ki, az 1965—1985-ös évekre vonatkozóan pedig az előzetes becslések szerint 445 000-re tehető.* A. Andrzejewski a szocialista országok lakáspolitikájában és -gazdálkodásában három többékevésbé jól megkülönböztethető szakaszt említ.

1. A szocialista lakásgazdálkodás alapjai megszervezésének, a háború alatt megsemmisült lakások újjáépítésének és új elosztásuknak a szakasza.

2. A lakásállomány és a lakásgazdálkodás kiépítésének szakasza, ami mindenekelőtt a szocialista iparosítási és urbanizálási funkcióból következik.

3. A lakásgazdálkodás sokoldalúbb fejlesztési szakasza, amikor a lakosság saját eszközeinek felhasználása révén kibővülnek a lakásépítés gazdasági alapjai és gyorsul a lakásviszonyok általános javulási folyamata.

Az első szakasz az országok többségében 1949—1950-ig, a második az 1950-es évek közepéig tartott, a harmadik pedig 1956—1958 között kezdődött el.**

A szerző megjegyzi, hogy e felosztás egyezményes jellegű, az általános tendenciák azonban helyesnek látszanak. Ezt bizonyítja a 14. táblázat.

Az egyes szocialista országok lakásgazdálkodásában — a már említett közös vonások mellett — bizonyos modellbeli különbségek vannak. „A lakásgazdálkodás modellje magában foglalja a lakások építésének, karbantartásának és elosztásának, valamint a lakásszükségletek kielégítési rendszerének gazdasági és szervezeti alapjait, meghatározza a lakásgazdálkodás működési mechanizmusát és a népgazdasággal való kapcsolatát."***

A lakásgazdálkodás modelljéről folyó vitában a lakások elosztásával (figyelembe véve a társadalmi és az egyéni preferenciákat), valamint a lakásgazdálkodás finanszírozásával (az

* Lásd *K. Secomski:* Podstawy planowania perspektywicznego. Varsó 1967. II. kiadás. 196. old.

** Lásd *A. Andrzejewski:* Zarys polityki mieszkaniowej. 60. old.

*** Ugyanott, 316. old.

14. táblázat

Lakásépítkezések a szocialista országokban 1951 és 1967 között

Ország	Felépített lakások száma ezer db				Ezer lakosra jutó lakások száma			
	éves átlag							
	1951—1955	1956—1960	1961—1965	1966—1967	1951—1955	1956—1960	1961—1965	1966—1967
Bulgária	25,5	46,6	44,2	43,0	3,5	6,0	5,5	5,2
Csehszlovákia	39,2	62,8	87,2	89,5	3,1	4,7	6,2	6,3
Jugoszlávia	32,7	55,9	111,7	128,3	1,9	3,1	5,9	6,4
NDK	41,7	63,6	80,0	70,8	2,4	3,7	4,7	4,2
Lengyelország	68,4	124,4	150,5	180,9	2,9	4,5	4,9	5,7
Románia	50,2	120,2	129,8	119,6	3,0	6,7	6,9	6,2
Magyarország	31,6	56,7	36,5	59,0	3,3	5,7	5,6	5,8
Szovjetunió	1284,0	2258,0	2310,0	2303,0	6,7	10,9	10,3	9,8

Forrás: A. Andrzejewski: Zarys polityki mieszkaniowej. 66. old.

eszközök allokációs rendszere) kapcsolatos problémák megoldásában két alapvető változatra mutathatunk rá.*

A. Andrzejewski a következő módon ragadja meg a két változat közötti alapvető különbségeket: az egyikét adminisztratív—dotációs rendszer elnevezéssel, a másikat pedig akkumulatív—intervenciós elnevezéssel illeti.

„1. Az első változatban a lakás olyan társadalmi juttatást jelent az egyén részére, amelynek vagy egy részét fizeti, vagy amelyet ingyenesen kap. A másodikban a lakás a maga nemében közszükségleti cikk, amely társadalmi szempontok miatt részleges szubvenciót igényel, elosztásához azonban a piaci mechanizmust vesszük igénybe.

2. Az említettek alapján teljesen eltérő a lakás szerepe a mo-

* Lásd *A. Andrzejewski:* Housing Policy and Housing-system. Models in some Socialist Countries. The Economic Problems of Housing. London 1967.; *A. Bodnar:* Gospodarka europejskich krajów socialistycznych. Varsó 1962.; *D. L. Bronter:* Szovremennije problemi zsiliscsnovo hozjajsztva. Moszkva 1961.; *W. Nieciuński:* Uwagi o modelu gospodarki mieszkaniowej w Polsce. Sprawy Mieszkaniowe, 1967. 4. sz.; *J. Gorynski:* Z zagadnień polityki mieszkaniowej. Nowe Drogi, 1962. 5. sz.

dellekben. Egyszer gazdaságilag semleges, a gazdaságon kívüli kategóriákban megoldott kérdés, másszor pedig erősen aktív, mivel alapul szolgál a lakásszükségletek térítéses kielégítéséhez, az áron keresztül pedig kapcsolódik a lakásgazdálkodás és a népgazdaság működési mechanizmusához.

3. Eltérő a lakásgazdálkodás működési mechanizmusát mozgásban tartó erők jellege és fellépésük helye is. Az első modellben ezek az erők a lakásgazdálkodáson teljesen kívül, a központi tervező szervnél találhatók, mivel ott születik végleges döntés és értékelés a szükségletekről és a rendelkezésre álló eszközök felhasználásáról. A második modellben ezek az erők — az egyes fogyasztók választásai és döntései eredményeként — részben a lakásgazdálkodáson belül, részben azon kívül vannak jelen, mivel a központi tervező szervnek — a lakások és lakásszolgáltatások árszintjének, a lakásgazdálkodásra fordított eszközök limitjeinek meghatározása stb. révén — beavatkozási lehetősége van."*

Az egyes szocialista országokban folyó lakásépítkezések finanszírozási forrásairól a 15. táblázat nyújt tájékoztatást.

A lakásgazdálkodás Andrzejewski által ismertetett alapmodelljei közötti különbségek számos kiegészítő magyarázatra szorulnak. Az általa adott jellemzés bizonyos kétségeket ébreszt, mivel figyelmen kívül hagy egy nagyon lényeges körülményt: eltekint az ismertetett mechanizmusok funkcionálásának általános gazdasági feltételeitől. E feltételek — véleményünk szerint — nagyon jelentős, sőt talán döntő szerepet játszanak azon társadalmi-gazdasági következmények meghatározásában, amelyek abból erednek, hogy a lakásárakat a „gazdaságos ár"-hoz közel eső (vagy ahhoz közeledő) szinten állapították meg.

Nem látszik helyesnek az az állítás, hogy az „adminisztratív—dotációs" rendszerben a lakás gazdaságilag semleges és hogy kiutalása gazdaságon kívüli kategóriákban oldódik meg. E rendszerben a lakáskiutalást a társadalmi szempontok és a népgazdasági érdekek együttesen határozzák meg. A lakást ál-

* *A. Andrzejewski:* Zarys polityki mieszkaniowej. 319. old.

15. táblázat

Az állami, a szövetkezeti és a magánépítkezések aránya a szocialista országok lakásépítkezésében 1966-ban

(%)

Ország	Állami	Szövetkezeti	Magán	Hitellel vagy állami támogatással épített lakások
	lakásépítkezesek			
Bulgária	26	—	74	59
Csehszlovákia	28	49	23	89
Jugoszlávia	39		61	. .
NDK	59	29	12	100
Lengyelország	44	29	27	79
Románia	42	—	58	42
Magyarország	27	10	63	82
Szovjetunió	63	6	31	. .

Forrás: A. Andrzejewski: Zarys polityki mieszkaniowej. 67. old

talában (különösen az ország iparosítása idején) olyan eszközként használják fel, amely — gyakran még a bérdifferenciálásnál is sikeresebben — befolyásolja a munkaerő allokációját. Nem mondhatunk le tehát erről az eszközről, amely olyan esetben sem számítható az adminisztratív eszközök közé, ha bizonyos vállalatoknak jól képzett szakemberekre van szükségük. Ezt a kérdést természetesen más módon is meg lehet oldani — szolgálati lakások építésével, a lakásállomány egy bizonyos részének tartalékolásával (amely a termelés fejlesztésével összefüggő konkrét igények kielégítéséhez szükséges) és megfelelő bérrendszer segítségével. A lakás mindkét változatban — a munkabértől függetlenül — óriási mértékben fokozza a dolgozók anyagi érdekeltségét.

A szocialista gazdaságban — a lakáselosztási rendszertől függetlenül — minden dolgozó lakásigényét ki kell elégíteni. A. Andrzejewski helyesen írja, hogy „... A lakáshoz, a megfelelő lakásfeltételekhez való jogosultság, e feltételek társadalmilag indokolt határokon belüli javításának lehetősége a szocia-

lista társadalomban az emberek közti kapcsolatok alakulásának alapelemét jelenti".*

Bizonyos értelemben véve tehát hasonló helyzettel állunk szemben, mint a béreknél. Egyrészt az átlagbérek, másrészt a minimális bérek nagysága jelöli ki azt a határt, amelyen belül a munkabéreket differenciálni lehet. A teljes lakásalap és valamennyi állampolgár lakásigényének kielégítési szükséglete határozza meg azt a mértéket, ahol az egyéni preferenciák egyáltalán „hangot kaphatnak". A lakások ára kétségtelenül befolyásolja a keresletet. Jelenleg azonban Lengyelországban a lakások iránti igény olyan nagy, hogy nehéz lenne az „egyensúlyi" árat meghatározni. Ezért kell fenntartani a normarendszert azon személyekre vonatkozóan is, akik saját eszközeikből vásárolnak szövetkezeti lakást. Olyan feltételek létrejötte, amelyek között az egyéni preferenciák megnyilvánulhatnának (vagyis hogy valaki pl. inkább nagyobb lakást, mint gépkocsit kíván), a rendszer rugalmasabbá tételét teszi szükségessé, ez kíván), a rendszer rugalmasabbá tételét teszi szükségessé, ez gítésétől függ.

A lakosság saját eszközeinek mobilizálása nagy jelentőségű, ha a népgazdaságban a keresletben kifejezett fogyasztói preferenciákkal összhangban lehetséges változtatásokat eszközölni. Ha ilyen lehetőség nincs, akkor az „akkumulatív—intervenciós" rendszer fő előnye az, hogy a gazdasági számítás részére kedvezőbb feltételeket teremt.

Látjuk tehát, hogy a nehéz lakáshelyzetben különböző, gyakran egymással ellentmondó alapelvekre támaszkodva kell az eszközöket kihasználni; valamint azt, hogy az „akkumulatív—intervenciós" rendszer *előnyeinek teljes kihasználása* csak akkor lehetséges, ha a termelési tényezők allokációja tekintetében rugalmasabb helyzetet teremtünk és növeljük a lakásállományt.**

* Ugyanott, 326. old.

** Nem értünk egyet A. Andrzejewski professzor azon véleményével, hogy az „akkumulatív—intervenciós" modell minden körülmények között (azaz az eszközök hiánya esetén is) előnyös. Teljesen egyetértünk vele

16. táblázat

A városi lakások felszereltsége
(az összes lakások számának százalékában)

Ország	Év	A lakások felszereltsége				
		vízvezeték	WC	fürdőszoba	villany	hálózati gáz
Ausztria	1961	69,3	. .	. .	99,4	60,4
Bulgária	1965	55,0	25,9	18,3	98,1	. .
Csehszlovákia[1]	1961	69,5	49,7	49,4	98,6	38,2
Dánia	1960	99,4	95,9	56,1	. .	82,8
Finnország	1960	62,7	52,2	24,4	98,4	. .
Franciaország[2]	1962	89,8	49,5	37,3	98,0	90,3
Görögország[2]	1961	61,5	24,2	17,5	81,4	. .
Hollandia	1956	. .	82,9	31,8	99,2	92,2
Írország	1961	86,4	96,0	59,8	97,8	. .
Jugoszlávia	1961	42,4	34,5	22,5	92,7	. .
NDK[1]	1965	80,0[3]	. .	27,2[3]	. .	. .
NSZK[1, 2]	1960	99,5	96,3	70,2	100,0	71,3
Norvégia	1960	98,8	85,7	61,0	. .	. .
Lengyelország	1966	67,5	47,8	40,0	97,8[4]	43,1
Portugália	1960	82,1	84,2	53,1	88,5	. .
Svédország	1965	98,1	93,7	80,5	. .	. .
Magyarország	1963	55,7	50,6	37,1	93,2	38,1
Nagy-Britannia[5]	1961	99,5	95,8	79,1	. .	. .
Egyesült Államok	1960	98,9	98,1	96,3	. .	65,7

Forrás: Rocznik Statystyczny 1969. 689. old.
1 Városi és falusi lakások.
2 Reprezentatív módszerrel számítva.
3 1963. ev.
4 1960. ev.
5 Skócia és Észak-Irország nélkül.

A lakásépítés fejlesztésének a kommunális gazdálkodás szolgáltatáshálózatának bővítésével kell párosulnia. A lakás, a fűtés, a világítás, a higiénia és a tisztaság fenntartása, valamint a városi közlekedés a lakosság legalapvetőbb szükségletei közé

azonban akkor, amikor azt állítja, hogy „. . . e modellt a népgazdasági modellel, az általános gazdasági és társadalompolitikai alapelvekkel kell összhangba hoznunk, biztosítanunk kell a kapott információk, ösztönzők és utasítások realizálását". (Ugyanott, 321. old.)

tartozik, amelyek kielégítése jelentős mértékben meghatározza a társadalom termelőerőinek kihasználtsági fokát. A történelmi terhek és az iparosítás eddigi folyamatában jelentkező bizonyos új aránytalanságok következtében a fejlett tőkésországoktól bennünket elválasztó távolság e téren (ami az átlagos lakósűrűséget és a lakások felszereltségét illeti) jelentős. Ezt bizonyítják a 16. és a 17. táblázat adatai.

A lakás- és kommunális gazdálkodás területén mutatkozó elmaradottság felszámolása igen komoly társadalmi erőfeszítést

17. táblázat

Egy helyiségre jutó átlagos lakószám

Ország	Év	Egy helyiségre jutó átlagos lakószám
Ausztria	1961	0,9
Bulgária	1965	1,2
Csehszlovákia[1]	1961	1,3
Dánia[1, 2]	1960	0,7
Finnország	1960	1,3
Franciaország[1]	1962	1,0[3]
Görögország	1961	1,5
Hollandia	1960	0,8
Írország[1]	1966	0,9
Jugoszlávia[1]	1961	1,6
NDK	1965	1,1
Norvégia	1960	0,8
Lengyelország	1967	1,5
ebből városok		1,4
Portugália[1]	1960	1,1
Svájc[1]	1960	0,7
Svédország	1965	0,8
Magyarország	1960	1,4
Nagy-Britannia[4]	1961	0,7
Olaszország	1961	1,1
Egyesült Államok[2, 5]	1960	0,7

Forrás: Ugyanott.
1 Csak lakott lakások.
2 Reprezentatív módszerrel számítva.
3 Figyelmen kívül hagyva a 12 m^2-nél kisebb konyhákat.
4 Skócia és Észak-Írország nélk.l
5 Autó-utánfutó lakókocsikkal együtt.

és viszonylag hosszú időt igényel. Különösen nehéz és bonyolult probléma ez; összefügg az ipar további fejlesztésével, új városok és települések kialakulásával, valamint a mezőgazdasági rendszer átalakításával. Számos közgazdász rámutat a városteremtő tényezők és a város kiszolgálásának egyik alapvető funkcióját képező kommunális szolgáltatások fejlődése közti aránytalanságra. E tény — mint a múlt hanyagságának az eredménye — egyre inkább megnehezíti az állam alapvető társadalompolitikai feladatainak teljesítését.*

Nagy jelentőségű az az állítás is, hogy a lakásszükségletek bizonyos mértékben „automatikus" jellegűek. A nagy ipari beruházásokkal együtt járó (az ipari munkások számára) történő lakásépítések szükségszerűsége nem lehet kétséges. Óvakodnunk kell azonban az egyoldalúságtól, attól, hogy a lakásépítést az ország iparosítási tervének származékaként kezeljük anélkül, hogy a tervben kellően figyelembe vennénk a demográfiai változásokkal (természetes szaporodás, új családok létrehozása) és a gazdaságilag lassabban fejlődő helységek lakáskörülményei fokozatos javításának szükségszerűségével összefüggő lakásigényeket.

Ami a falusi lakásépítkezést illeti (jelenleg a parasztság körében nagyon erős tendencia van rá), nagy jelentőségűek azok a gazdaságpolitika által meghatározott arányok, amelyek megszabják, hogy a falvakba juttatott építőanyagok mekkora része használható fel gazdasági épületek létesítésére, ill. lakásépítésre.

Olyan időszakban, amikor a lakáskereslet egyre intenzívebbé válik és a lakások színvonala iránti igények egyre inkább növekszenek, a lakossági megtakarítások mobilizálása fontos szerepet játszhat az új lakások építési és a régi lakások korszerűsítési ütemének gyorsításában. A lakásgazdálkodási modelltől függetlenül azonban a távlati tervnek a lakosság hosszú távú lakásszükségleteinek az értékeléséből, nem pedig a keresleti prognózisból és az egyes társadalmi csoportok fizetési le-

* Lásd Usługi i ich rola społeczno-ekonomiczna. 307. old.

hetőségeiből kell kiindulnia. A lakásigényeknek nagyfokú prioritást kell biztosítanunk. Kielégítésük mértékének meg kell felelnie a társadalom gazdasági lehetőségeinek. Vagyis e téren — sokkal inkább, mint bármi másban — a döntő szerepet a kínálat, nem pedig a kereslet játssza.*

Ezt a nézetet Lengyelországban és a többi szocialista országban általánosan elfogadják. „A lakásépítés — írja J. Pajestka — olyan terület, amelynek fejlesztési méreteit egyáltalán nem lehet alávetni olyan gazdaságossági kritériumoknak, mint az egyéb esetekben (azaz olyankor, amikor olyan fogyasztási javak termelését fokozzuk, amelyeknél a társadalmi ráfordítások és a piaci értékítélet között legkedvezőbbek az arányok — a *Szerző* kiemelése). E kritérium alkalmazása a piaci értékítélet alakulásának már eleve bizonyos minimális helyességét teszi szükségessé. A fennálló lakbérrendszer nem tesz és a közeljövőben nem is fog eleget tenni e feltételnek; s általában kétséges, hogy egyáltalán eleget kell-e tennie." Pajestka olyan ár bevezetését javasolja, amely fedezi a társadalmi normák által meghatározott m^2-t meghaladó lakóterület teljes társadalmi költségeit. Meggyőződése szerint így társadalmi szempontból helyesebb lakáspolitika folytatható, jobban ki lehet elégíteni az igényeket és hathatósabban lehet befolyásolnia a fogyasztási struktúrát. (A lakosság nagyobb részvétele a lakásépítkezésekre és lakáshasználatra fordított kiadásokban — az

* A szocialista gazdaságban a társadalom fogyasztói szükségleteinek kielégítettségi fokát a termelési lehetőségek határozzák meg. Általános szabály tehát az, hogy a kínálat határozza meg a keresletet, nem pedig fordítva. Az előbbiekkel összefüggésben gyakran állítják, hogy a szocialista rendszerben a piac felvevőképessége korlátlan. Ez a tétel csak akkor igaz, ha az elemzések tárgya a javak és szolgáltatások globális kínálata, valamint az erre irányuló globális kereslet közötti viszony. Értelmetlen lenne azonban az egyes termékek piacát úgy kezelni, mintha e piac képes volna mindennemű termékmennyiség felszívására. Ez a társadalmi munka pazarlásához vezetne. A kínálat meghatározó szerepét úgy sem szabad értelmeznünk, hogy a keresletnek kell a kínálathoz alkalmazkodnia, nem pedig fordítva. A lakásépítkezés azonban azokhoz a területekhez tartozik, amelyeket nem lehet alárendelni a piaci mechanizmusnak.

említett cikkíró véleménye szerint — lényeges tényezője lehet az élelmiszerekre fordított kiadások korlátozódásának.)*

Gazdaságilag kétségtelenül indokolt az a tendencia, hogy a lakáshasználati díjak kerüljenek közelebb az előbbi értelemben vett „gazdaságos" árakhoz (azaz a társadalmi költségeket csak az előírt négyzetméteren felüli lakóterületnél kelljen fedezni) különösen akkor, amikor a tartós fogyasztási javak termelésének fellendülése és azok egyre olcsóbbá válása bővíti a fogyasztók választási körét.

A lakásgazdálkodásban kétségtelenül számos kérdés rendezése és az itt jelentkező aránytalanságok és ellentmondások megszüntetése szükséges. Ezért helyesnek látszik az a követelmény, hogy a lakásigények kielégítési rendszerére vonatkozóan — amely figyelembe veszi az egyéni és társadalmi preferenciákat — egységes koncepciót kell kidolgozni. E koncepció kiterjed a falvakra és a városokra, biztosítja a lakáspolitika szociális célkitűzéseit.**

5. ZÁRÓMEGJEGYZÉSEK

A prognosztika nem a jövő találgatásával foglalkozik. Célja az, hogy csupán oly mértékben orientáljon a társadalmi fejlődés fő tendenciáiról, ami a jövő tudatos és tervezett alakításához elkerülhetetlenül szükséges. Ezt vette figyelembe Engels, amikor arról az ugrásról írt, amelyet az emberiség a szükségszerűség birodalmából a szabadság birodalmába tesz.***

* Lásd *J. Pajestka:* Usługi i ich rola społeczno-ekonomiczna. 26. old. — J. Pajestka felvetése beható tanulmányozást igényel. El kell gondolkoznunk azon, hogy: *a)* a megnövekedett lakáskiadások ténylegesen csökkenthetik-e az élelmiszerek keresletét; *b)* e feltevés hogyan kapcsolódik az általános bérpolitikai alapelvekhez.

** Lásd *A. Andrzejewski:* Zarys polityki mieszkaniowej. 324. old.

*** „Az objektív, idegen hatalmak — írja Engels —, amelyek eddig a történelmen uralkodtak, maguknak az embereknek az ellenőrzése alá kerülnek. Csak ettől kezdve fogják az emberek teljes tudatossággal maguk csinálni történelmüket, csak ettől kezdve lesznek meg az általuk mozgásba hozott társadalmi okoknak túlnyomóan és egyre fokozódó mér-

A mai világban végbemenő viharos átalakulások előtérbe helyezik azokat a feltételeket, amelyek megkönnyítik az ember számára a változó környezethez való alkalmazkodást, elősegítik személyiségének fejlődését és azt, hogy megfelelő helyet találjon magának a közösségi életben. A jelenlegi fejlődési szakaszban az ún. emberi beruházások és gazdasági-társadalmi hatékonyságuk különös jelentőségre tesznek szert. A „korszaknak megfelelő iskolákat" jelszó a legégetőbb társadalmi és egyéni szükségleteknek felel meg. A képzettségi színvonal nagymértékben meghatározza az emberek szakmai és társadalmi aktivitását, valamint azt, hogy milyen mértékben vehetnek részt az anyagi és a szellemi javak előállításában, ill. igénybevételében. A gyors tudományos-technikai fejlődés következtében a szakképzési folyamat nem korlátozódhat csupán a tanulmányi időszakra. Ez számos problémát vet fel, ilyen pl. az iskolai tanulmányok időtartama, az iskolán kívüli oktatási rendszer bővítése, az audiovizuális módszerek alkalmazása stb.

E témával kapcsolatban a véleményalkotásra a közgazdászoknál sokkal illetékesebbek lehetnek pedagógusok. E probléma fontos közgazdasági aspektusait azonban nem lehet figyelmen kívül hagyni.

1. A képzett szakemberek száma és helyes alkalmazásuk jelentős mértékben meghatározza a gazdasági növekedés ütemét.
2. A tudományra és közoktatásra fordított nemzetijövedelem-hányad a gazdaság fő arányaitól függ.
3. Az oktatási időszak befolyásolja a munkaerő kínálatának nagyságát.
4. A közoktatás a közös fogyasztás egyik alapeleme.
5. Az önképzés a szabad idő felhasználásának egyik formája, ami befolyásolja az e célra szolgáló javak és szolgáltatások fogyasztását.
6. Az oktatási színvonal befolyásolja a lakosság fogyasztói szükségleteinek és keresletének a szerkezetét.

tékben az általuk akart hatásaik is. Ez az emberiség ugrása a szükségszerűség birodalmából a szabadság birodalmába." (*Marx—Engels* Művei. 20. köt. 279. old.)

Az utóbbi három pont közvetlenül a társadalmi fogyasztási modell problémáira vonatkozik, de a harmadik pont is bizonyos kapcsolatban áll a bennünket érdeklő kérdéssel. A lakosság aktív keresőkre és eltartottakra történő megoszlása hatást gyakorol a fogyasztásra és annak struktúrájára.

Ahhoz, hogy világosan láthassuk a demográfiai változásokkal összefüggő, a társadalom előtt álló gazdasági és társadalmi problémákat, figyelembe kell vennünk azt, hogy az összlakosságon belül az aktív keresők aránya csökkenő tendenciájú. Az átlagos életkor meghosszabbodik, az ember aktív munkában eltöltött ideje azonban nem növekszik,* sőt megrövidül annak eredményeként, hogy a szakképzettségi szint eléréséhez szükséges időszak meghosszabbodik. Ezzel kapcsolatban számos lényeges kérdés vetődik fel. Milyen hatást gyakorol ez a folyamat a társadalmi fogyasztási alap dinamikájára? Hogy tegyük lehetővé az eltartottaknak a társadalmi életben való részvételét? Hogy használjuk ki azoknak az idejét, akik már visszavonultak az aktív szakmai életből? Milyen fogyasztásfajtákat fejlesszünk ezzel kapcsolatban?

Napjainkban a szabadidő-kihasználás problémájának különös jelentősége nem főként az idősebb emberek sorsa iránti érdeklődésből ered. Ezt mindenekelőtt a heti munkaidő csökkentésének távlata (ez a tendencia az egyes szocialista országokban eltérő ütemben realizálódik; a munkaidő-csökkentés lehetősége a technikai fejlettségtől, a munka szervezettségétől, valamint a munkatermelékenység színvonalától függ), valamint a munka és pihenési feltételek közötti — a közgazdászok és szociológusok által oly jól ismert — szoros kapcsolat indokolja.** A munkatermelékenységnek a pihenés jobb megszervezé-

* Az emberiség elöregedésére vonatkozó alapvető téma demográfiai tanulmányozásához lásd *E. Rosset* „Proces starzenia sies dunosci" (Varsó 1959.) c. művét.

** Marx óriási jelentőséget tulajdonított a szabad idő kihasználásának, hangsúlyozva, hogy a kommunizmusban „a gazdagság mércéje már nem a munkaidő, hanem a szabad idő lesz". (Marx kiadatlan kéziratairól. Bolsevik, 1939. 11. sz. 64. old.)

se révén történő növelése összhangban áll az ún. intenzív gazdálkodási módszerekkel.

Az előzőekben már említettük, hogy a szabad idő egyebek közt a tanuláshoz szükséges, s hogy a mai ember még akkor sem állhat meg a tanulásban, ha fiatal korában a legalaposabban végezte tanulmányait, hanem állandóan korszerűsítenie kell ismereteit.* Világos, hogy ez csak a szabad idő egy részének kihasználási módja. Az idő egy részét pihenésre, más részét pedig szórakozásra kell fordítani. *Az anyagi javak és szolgáltatások termelésének kell megteremtenie a valamennyi említett területen jelentkező szükségletek harmonikus kielégítésének feltételeit.* Csak ebben az esetben beszélhetünk a szabad idő helyes kihasználásáról.

Az urbanizációs folyamatokkal kapcsolatban nagy jelentőségűvé válik a mai embernek a természethez való viszonya. A nagyvárosok közelében létesített üdülőtelepek — ahol élvezni lehet a vizet, a napot és a friss levegőt — elkerülhetetlen feltételek ahhoz, hogy az ipari központokban összezsúfolt emberek millióinak munkaereje és egészsége regenerálódhasson. Ez következésképp napirendre tűzi az emberek nagyobb mozgásszabadságának biztosítását, a közlekedés és a turizmus javításának kérdését.

Mint látható tehát, a mai ember szükségleteinek fejlődése előtérbe helyezi a közös fogyasztás, a lakások és a tartós fogyasztási cikkek felhasználásának problémáit. Ezeket komplex módon kell kezelnünk. Másképp alakulnak pl. a személygépkocsi iránti igények, ha vasárnaponként a városból való kiutazás csak egyéni közlekedési eszközökkel lehetséges: és ismét másként, ha a tömegközlekedési eszközök jól funkcionálnak. A városok beépítésének típusa, a városokban található parkok, uszodák, sportstadionok stb. száma határozza meg, hogy mi-

* Franciaországban érdekes elképzelés, az ún. recyclage jelentkezett. E koncepció szerint az orvosoknak, mérnököknek, közgazdászoknak stb. időnként továbbképzésben kell részt venniük eddigi ismereteik kiegészítése és korszerűsítése céljából. A „recyclage" lehetővé teszi az alaptanulmányi időszak csökkentését.

lyen mértékben van szükség városon kívüli üdülőtelepek létesítésére. Olcsó és könnyen hozzáférhető, kollektív turisztikai formák kifejlesztése meghatározza az egyéni turistafelszerelésre irányuló keresletet.

A célszerű fogyasztási modellel kapcsolatos fejtegetéseinkben számos változatot kell figyelembe vennünk a társadalmi szükségletek kielégítésére, szem előtt tartva a következő 15—20 évben rendelkezésünkre álló konkrét lehetőségeket. Kétségtelenül helytelen volna kritika nélkül utánozni a Nyugatot. A célból azonban, hogy a nyugati fogyasztási minta ne gyakoroljon spontán befolyást a fogyasztók preferenciáira, saját konstruktív megoldásokat kell találnunk a társadalmi fogyasztási modellen belül. Úgy látszik, hogy az optimális megoldás a *közös és az egyéni fogyasztás helyes kapcsolatától függ.* A közös fogyasztás kiépítése és tökéletesítése, valamint számos területének helyes gazdasági számítások alapján történő fejlesztése, párhuzamosan a tartós fogyasztási javak, cikkek (gépkocsik, motorkerékpárok, turisztikai felszerelések stb.) egyéni fogyasztásának viszonylag gyors ütemű növelésével lehetővé tenné a lakosság széles rétegei szükségleteinek jobb kielégítését és egyúttal kibővítené az egyéni preferenciák megjelenésének lehetőségeit és a fogyasztói választás körét.

Óriási jelentőségű, hogy a szocialista országok gazdasági együttműködésének távlati terveiben a fogyasztás is szerepel. Az iparosítás első időszakában tapasztalt autark tendenciák azt váltották ki, hogy: *a)* valamennyi ország egyoldalúan a népgazdaság gépekkel és nyersanyagokkal való ellátására helyezte a hangsúlyt; *b)* lehetőleg minél több termék gyártásának fejlesztésére törekedett, tekintet nélkül a belső piac felvevőképességére; *c)* a fogyasztási cikkek cseréje leggyakrabban az ún. árufeleslegek exportját jelentette, vagyis a termelés azon részét exportálták, amely a belső piac alapvető szükségleteinek teljes kielégítése után megmaradt. A termelőerők jelenlegi fejlettségi szintjén a nagyszériás termelés előnyei elsőrendű jelentőségűvé válnak. Ez a tény döntő szerepet játszik a nyugateurópai országok gazdasági integrációjában. Ennek egyik jellegzetessége az, hogy a Közös Piac tagállamai gazdasági szer-

kezetének hasonló volta egyáltalán nem akadályozza közöttük a kereskedelem dinamikus fejlődését.

„A tapasztalat azt mutatja, hogy az iparilag fejlett nemzetek hajlamosak látszólag ugyanazon a szinten iparilag feldolgozott termékek cseréjére. Az acél ezernyi változatban, nyersen és ötvözetben fordul elő. A gépeket végtelen számú modellben, formában és fajtában tervezik, s valamennyi elem egy országban történő előállítása gyakorlatilag lehetetlenné válik. Az Egyesült Államok pl. textilipari gépeket, villanymotorokat, valamint igen sokféle kész- és félkész terméket nagy mennyiségben exportál, ill. importál."*

A szocialista tábor óriási piacot alkot, amely valamennyi tagországa számára lehetővé teszi, hogy élvezze a nemzetközi munkamegosztásból eredő előnyöket. A fogyasztási javak termelésében a specializáció (különösen a tartós fogyasztási cikkeknél és könnyűipari termékeknél), valamint a szocialista országok egymás közti árucsere-forgalmának a bővülése lehetővé teszi: *a)* e javak választékának jelentős növelését, *b)* a termelési költségek és az árak csökkentését; *c)* a termékek minőségének javítását. A lakossági szükségletek jobb kielégítését szolgálja a szocialista országok közötti turistaforgalom fejlődése is. *A megnövekedett áruforgalom és turizmus szintén fontos szerepet játszik a szocialista országokban a fogyasztási modell közös vonásainak kialakításában.*

A Lengyel Egyesült Munkáspárt V. kongresszusának határozatai —, amelyek a lengyel gazdaság szelektív fejlesztését irányozták elő — figyelembe veszik a nemzetközi munkamegosztással kapcsolatos lehetőségek jobb kihasználását, valamint azon erőfeszítések fokozását, hogy eleget tehessünk a technikai haladás területén a világméretű verseny által támasztott követelményeknek. A más országokkal folytatott gazdasági együttműködés alakulásától függ, hogy az ilyen irányú fejlesztés mennyiben járul hozzá a fogyasztási cikkek piacán kialakult helyzet javításához.

A legdinamikusabban fejlődő szükségletek (amelyek — mint

* The New European Market. Chase Manhattan Bank 1961. 25. old.

láttuk — a változó élet- és munkafeltételeknek az eredményei) kielégítésének lehetőségei határozzák meg döntően az egyéb javak és szolgáltatások keresletét. A népgazdaság gyorsabb ütemű fejlesztése és a piaci egyensúly biztosítása céljából csökkenteni kell az élelmiszer-piacon a kereslet nyomását. A lakossági jövedelmek növekedése kétségtelenül további minőségi változásokat fog eredményezni az élelmezésben. A gazdaságpolitika feladata a fogyasztók oly módon történő befolyásolása, hogy azok: *a)* ésszerűen táplálkozzanak, *b)* növekedjék érdeklődésük az iparcikkek iránt. A jelenlegi stádiumban a lakosság fogyasztói szükségleteinek kielégítése szempontjából döntő jelentősége van a *ruházati- és a cipőipari termékek választékbővítésének, valamint e cikkek olcsóbbá tételének.* Várható, hogy e cikkek kereslete mennyiségileg növekedni fog. Nem biztos azonban, hogy a családi költségvetésekből a javak e csoportjára fordított kiadások arányában jelentős növekedés következik be. Más a helyzet a piaci szolgáltatásokkal. A fogyasztói kiadásokon belüli szerény arányuk nem az egyéni preferenciaskálának, hanem annak az eredménye, hogy a népgazdaság e területe fejletlen. A szolgáltatási szféra bővítésének tehát — mint rámutattunk — nagyon lényeges gazdasági és társadalmi jelentősége van.

A sajtó hasábjain folyó vita rámutat a lakossági fogyasztás további, kívánatos fejlesztési irányaival kapcsolatos nézetek közötti nagy eltérésekre. Természetesen a közvélemény nem egyezik meg minden kérdésben. A jelenlegi vita nem terjed ki a célszerű fogyasztási modell valamennyi lényeges problémájára. Az a tény azonban, hogy a sajtó foglalkozik e problémával, társadalmilag és politikailag egyaránt óriási jelentőségű. Nagy lépés ez a fogyasztók nevelése terén és egyúttal abban az irányban, hogy aktív részvételt biztosítsunk nekik a számukra lényeges, politikai jelentőségű opciókban.*

* Azért használjuk a politikai opció fogalmát, mert itt a különféle célok közötti választásról, nem pedig az e célok tényleges realizálására szolgáló eszközök közti választásról van szó. (Lásd Ekonomia politiczna socjalizmu. II. fejezet.)

Érdemes ezzel kapcsolatban felidézni a francia „futurulógusok" jellemző megnyilatkozását. „A fogyasztót meg kell szabadítani a misztifikációtól, s meg kell mutatni neki, hogy »királysága« (az ún. fogyasztói szuverenitásról van szó) nevetséges, s hogy a választás szabadsága nagyrészt illuzórikus. Igazabb szabadságot ajánlhatunk fel a fogyasztónak azáltal, ha jövőbeli életstílusának megválasztásán keresztül vizsgáljuk őt; de a fogyasztót rá kell vezetni arra, hogy e reálisabb szuverenitásnak nagyobb figyelem és fokozott pénzügyi megerőltetés az ára, ami azoknak a berendezéseknek a létrehozásához szükséges, amelyektől jövőbeni harmonikusabb élete függ.

Az 1985. évi fogyasztással kapcsolatos vizsgálatok a tervező számára is a fogalmak hasonló átértékelését jelentik: a tervező jelenleg ahhoz szokott hozzá, hogy hatóságilag döntsön főként a beruházásokról; a fogyasztási struktúrát viszont ránehezedő és választási lehetőségeit korlátozó tendenciának tekintse. Most azonban tudomásul kell vennie, hogy a dolog épp fordítva áll — az életmodell megválasztása az, amihez alapvető döntéseket kell hozni . . . ,— s a tervező szabadsága előtt itt oly határok nyílnak meg, amelyeket a — középtávú előrejelzések készítése során alkalmazott eddigi — klasszikus technikák már nem biztosítanak számára. Ezért a szuverenitásért azonban fizetnie is kell: ennek ára a nagyobb fegyelem. A gazdasági növekedés mennyiségi korlátai és az életmodell között minőségi kapcsolatot kell biztosítani. E kapcsolat csak a fogyasztókkal folytatott párbeszéd és a fogyasztói részvétel által diktált nagyobb fegyelmezettség árán biztosítható."*

El kell ismerni, hogy ezek mélyreható megjegyzések, és *messzemenően eltérnek a polgári közgazdaságtan elméleti szabályaitól.*

Nincs helyünk azt értékelni, hogy e *megnyilvánulások menynyire távol állnak a tőkésországok valóságától.* Kétségtelen azonban, hogy a jövőbetekintés érdekes és termékeny reflexiókra ösztönöz.

* Réflexions pour 1985. 64. old

TARTALOM

I. fejezet. A fogyasztás és a fogyasztási struktúra problémája a marxista és a polgári közgazdasági elméletben 5

1. A fogyasztás. Alapfogalmak 5
2. Marx a fogyasztásról 12
3. A fogyasztás problémája a polgári közgazdaságtanban . . 23

II. fejezet. Miért oly nagy jelentőségű napjainkban a fogyasztási modell problémája? 49

1. A „fogyasztói társadalom" bírálata 49
2. A fogyasztás és a fogyasztási struktúra problémáinak aktuális jelentősége a szocialista országokban 63

III. fejezet. A fogyasztási modell 72

1. Fogalma 72
2. A termelést a szükséglethez igazító mechanizmus 77
3. A fogyasztási modell értelmezésével kapcsolatos vitás kérdések 91
4. A fogyasztási modell értékelésének kritériumai 100

IV. fejezet. A fogyasztási modell alakulásának általános kérdései 107

1. Egyéni és társadalmi preferenciák a fogyasztásban 107
2. A célszerű fogyasztási modell 121
3. A termelési struktúrának a társadalmi szükségletekhez való igazítása rövid és hosszú távon 129
4. Racionalitás a fogyasztás szférájában 137

Függelék a IV. fejezethez. A fogyasztási cikkek termelése és a gazdaságossági számítás 145

V. fejezet. A fogyasztási terv megvalósításának közgazdasági eszközei 151

1. A lakosság vásárlóerejének nagysága 151
2. A fogyasztási cikkek értékesítési ára 153
3. Az árpolitika mint a társadalmi preferenciák kifejeződése 156
4. Az árak változása és az általános árszínvonal stabilizálása 159
5. Az árváltozás helyettesítési és jövedelmi hatása 162
6. Az árak differenciálása 166
7. Az árak differenciálása mint a szocialista gazdaságpolitika eszköze 169
8. A kereskedelem szerepe a fogyasztási terv megvalósításában 175
9. A fogyasztói ízlés befolyásolása 180

VI. fejezet. A fogyasztási modell alakulásának aktuális problémái 186

1. Az élelmiszerekre fordított kiadások hányada a családi költségvetésekben 187
2. A tartós fogyasztási cikkek 203
3. Lakossági szolgáltatások 214
4. A lakásgazdálkodás 236
5. Zárómegjegyzések 248

A kiadásért felel a Kossuth Könyvkiadó igazgatója
Szerkesztette Gulyás Mária
A kötésterv Jordán Gusztávné munkája
Műszaki vezető Szécsi Andor
Műszaki szerkesztő Gyenes L. György
A szedést 1974. I. 23-án kezdték meg
Megjelent 1974. VI. 20-án, 4000 példányban
Terjedelme 16,25 (A/5) ív
74.1076/1 — Zrínyi Nyomda, Budapest
Felelős vezető: Bolgár Imre vezérigazgató